

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS**

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS PARA DIABÉTICOS EN
LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA.**

**Trabajo de investigación para la obtención del título de Ingeniera en
Administración de Empresas y Negocios**

AUTORA:

Cevallos Arcos Marcia Paola

DIRECTORA:

Ing. Ibeth Molina Mg.

**AMBATO- ECUADOR
2017**

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Directora del Trabajo de Investigación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS PARA DIABÉTICOS EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA” presentado por Marcia Paola Cevallos Arcos, para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, marzo del 2017

Ing. Ibeth Molina. Mg.

DIRECTORA

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declara que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora.

Marcia Paola Cevallos Arcos

C.I. 0503171803

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Cevallos Arcos Marcia Paola, declaro ser autora del Trabajo de Investigación titulado “Plan de Negocios para la producción y comercialización de helados para diabéticos, en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua”, como requisito para optar al grado de “Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios”, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines normalmente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales donde se acuerden los términos de aplicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 31 días del mes de marzo de 2017, firmo conforme:

Autora: Cevallos Arcos Marcia Paola

Firma _____

Número de cédula: 050317180-3

Dirección: Salcedo, Parroquia Antonio José Holguín, Sector Yambo

Correo Electrónico: paolacevallos86@gmail.com

Teléfono: 032260399-0995783816

AGRADECIMIENTO

A Dios supremo por haberme ayudado a culminar mi carrera, por brindarme la salud y la sabiduría para lograr mi meta propuesta.

Un grato agradecimiento a la “Universidad Tecnológica Indoamérica”, a la Ing. Ibeth Molina por su guía hasta la culminación de este proyecto.

Gracias.

DEDICATORIA

El presente trabajo quiere dedicarle a mi dios por la vida que me ha brindado, a mi apreciada madre por su fuerza y apoyo incondicional que me brindo para culminar mi meta, a mi adorado hijito Dennis por su paciencia y comprensión ya que no le podía dedicar todo mi tiempo, a mi tutora Ing. Ibeth Molina por su apoyo absoluto en el desarrollo del proyecto, a los docentes de la Universidad quienes formaron mi carrera.

Cevallos, P.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvii
RESUMEN EJECUTIVO	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I	5
ÁREA DE MARKETING	5
1.1 DEFINICIÓN DE PRODUCTO O SERVICIO.	5
1.1.1 Especificación del Servicio o Producto.	5
1.1.2 Aspectos innovadores.....	7
1.2 DEFINICIÓN DE MERCADO.....	8
1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general.	8
1.2 DEFINICIÓN DE MERCADO.....	8
1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general.	8
1.2.2 Demanda Potencial.....	33
1.3 ANÁLISIS DE MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	38
1.3.1 Análisis del microambiente	38
1.3.2 Análisis del macroambiente	46
1.4 Demanda Potencial Insatisfecha.....	57

1.5 Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación).	60
1.6. Sistema de distribución a utilizar. (Canales de Distribución).	66
1.7 Seguimiento de clientes.....	66
1.8 Especificar mercados alternativos	68
CAPÍTULO II	69
ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)	69
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	69
2.1.1 Descripción del proceso de transformación del bien o servicio	69
2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.	77
2.1.3 Tecnología a aplicar	81
PASTEURIZACIÓN	81
2.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES.....	86
2.2.1 Ritmo de producción.	86
2.2.2 Nivel de inventario promedio.....	88
2.2.3 Número de trabajadores.	88
2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	90
2.3.1 Capacidad de producción futura	90
2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN.....	92
2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que puedan presentar	92
2.5 CALIDAD	94
2.5.1 Método de control de calidad	94
2.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN	99
2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional.	99
2.6.2 Permisos para el funcionamiento de la empresa	99
CAPÍTULO III	103
ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	103

3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	103
3.1.1 Visión de la Empresa	103
3.1.2 Misión de la Empresa	103
3.1.3 Análisis FODA.....	104
3.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	112
3.2.1 Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna	112
3.2.2 Describa brevemente los cargos del organigrama.....	115
3.3 CONTROL DE GESTIÓN.....	121
3.3.1 Haga un listado de los indicadores de gestión necesarios.	121
3.4 NECESIDADES DE PERSONAL.....	123
CAPÍTULO IV	125
ÁREA JURÍDICO LEGAL	125
4.1 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	125
4.2 PATENTES Y MARCAS	125
4.3 DETALLE TODO TIPO DE LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES (PATENTES, INICIO DE ACTIVIDADES, ETC.).	130
CAPÍTULO V	134
ÁREA FINANCIERA	134
5.1 PLAN INVERSIONES	134
5.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO.....	137
a) Forma de financiamiento.....	137
5.3 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS	140
a) Detalle de Costos.	141
b) Proyección de Costos.....	150
c) Detalle de Gastos	167
e) Mano de obra	174
f) Depreciación	176

g) Proyección de Depreciación	179
5.4 CÁLCULOS DE INGRESOS	180
5.4.1 Proyección de Ingresos.....	182
5.5 FLUJO DE CAJA	184
5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO	186
5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	189
5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	192
b) Razones	194
Bibliografía	196

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Propiedades Nutricionales de las frutas	6
Tabla N° 2 Categorización de sujetos	9
Tabla N° 3 Dimensión conductual (Personas Diabéticas).....	9
Tabla N° 4 Dimensión Geográfica (Personas Diabéticas)	10
Tabla N° 5 Dimensión Geográfica Provincial y Cantonal (Personas Diabéticas por Entidades).....	10
Tabla N° 6 Descripción de las variables de la muestra.	12
Tabla N° 7 Cuadro de necesidades objetivo 1	13
Tabla N° 8 Cuadro de necesidades objetivo 2.....	14
Tabla N° 9 Cuadro de necesidades objetivo 3.....	15
Tabla N° 10 Listado de preguntas de las entrevistas de las Necesidades 1, 2 y 3 de la Planta de Producción de Helados de Salcedo.....	19
Tabla N° 11 Listado de preguntas de las entrevistas de las Necesidades 1, 2 y 3 de PLANHOFA.	21
Tabla N° 12 ¿Le gustaría consumir helados artesanales endulzados con stevia? .	25
Tabla N° 13 De estos cuatro sabores de helados, ¿Cuál es su preferido?	26
Tabla N° 14 ¿Con qué frecuencia consumiría un helado artesanal con frutas naturales y endulzado con stevia?	27
Tabla N° 15 ¿Dónde compraría el helado?.....	28
Tabla N° 16 De las siguientes presentaciones de helado ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el mismo?	29
Tabla N° 17 ¿Por qué medio de comunicación le gustaría escuchar la información de la venta de este tipo de producto?	30
Tabla N° 18 ¿Conoce usted la composición nutricional de las frutas: mora, frutilla, aguacate y durazno, que favorecen a la salud de los diabéticos?.....	31
Tabla N° 19 ¿Cuál de estos nombres comerciales le gustaría para este negocio de helados?.....	32

Tabla N° 20 Datos para el cálculo de la demanda de personas.....	34
Tabla N° 21 Proyección de la Demanda Potencial de Personas.....	34
Tabla N° 22 Cálculos para establecer la demanda potencial del producto.....	36
Tabla N° 23 Demanda de producción de helados	37
Tabla N° 24 Proyección de la Demanda Potencial del Producto.	37
Tabla N° 25 Poder de negociación de los proveedores.	39
Tabla N° 26 Rivalidad entre competidores.	40
Tabla N° 27 Poder de negociación de los clientes.	41
Tabla N° 28 Amenaza de Nuevos Competidores	42
Tabla N° 29 Amenaza de Nuevos Sustitutos.....	43
Tabla N° 30 Evaluación de las Cinco Fuerzas de Porter.....	44
Tabla N° 31 Estrategias de las Cinco Fuerzas de Porter.	45
Tabla N° 32 Matriz de evaluación factores internos (EFI).....	47
Tabla N° 33 Matriz de evaluación de factores externos (EFE)	48
Tabla N° 34 Matriz de Posición Competitiva (MPC)	49
Tabla N° 35 Matriz mejorada.....	50
Tabla N° 36 Datos para obtener la oferta en personas	53
Tabla N° 37 Oferta Potencial de Personas	53
Tabla N° 38 Cálculos para establecer la oferta potencial del producto.....	55
Tabla N° 39 Oferta de Producción de Helados	56
Tabla N° 40 Oferta Potencial de Producto	56
Tabla N° 41 Demanda potencial insatisfecha de personas.....	58
Tabla N° 42 Demanda potencial insatisfecha de producto.....	59
Tabla N° 43 Descripción del logotipo de “Glucemia Ice Cream”	61

Tabla N° 44 Canales de Comunicación.....	64
Tabla N° 45 Ficha para seguimiento a clientes	67
Tabla N° 46 Mercado y productos alternativos de los helados.	68
Tabla N° 47 Insumos para la elaboración de 108 helados artesanales.	70
Tabla N° 48 Descripción de las actividades del proceso de producción.....	73
Tabla N° 49 Descripción de las actividades del proceso de comercialización.....	75
Tabla N° 50 Descripción de los equipos	78
Tabla N° 51 Descripción de personas.	80
Tabla N° 52 Tecnología a aplicar en futuro.	81
Tabla N° 53 Ritmo de producción.....	86
Tabla N° 54 Ritmo de producción (día, semana, mes y año).	87
Tabla N° 55 Número de trabajadores.	88
Tabla N° 56 Capacidad de producción (día, semana, mes y año).	91
Tabla N° 57 Capacidad de producción futura.	91
Tabla N° 58 Materias primas y grado de sustitución.	93
Tabla N° 59 Listado de verificación o check list	95
Tabla N° 60 Causas para elaborar el Diagrama de Pareto.....	97
Tabla N° 61 Normativos de Seguridad e higiene ocupacional.....	99
Tabla N° 62 Análisis FODA	104
Tabla N° 63 Matriz de Vulnerabilidad	105
Tabla N° 64 Factores Claves de la Matriz de Vulnerabilidad.....	106
Tabla N° 65 Matriz de Aprovechabilidad	107
Tabla N° 66 Factores Claves de la Matriz de Aprovechabilidad	108
Tabla N° 67 Matriz de Prioridades Estratégica (FODA).....	108

Tabla N° 68 Matriz de Estrategias.....	110
Tabla N° 69 Datos Organigrama Uno	113
Tabla N° 70 Datos Organigrama Dos.....	114
Tabla N° 71 Descripción del puesto del Gerente	115
Tabla N° 72 Descripción del puesto del Operador de Producción.....	117
Tabla N° 73 Descripción del puesto del Vendedor	119
Tabla N° 74 Indicadores de Gestión.....	121
Tabla N° 75 Personal del futuro.	124
Tabla N° 76 Plan de Inversiones	134
Tabla N° 77 Plan de Financiamiento.....	137
Tabla N° 78 Detalle del aporte de los recursos propios	138
Tabla N° 79 Detalle de Costos del Helado de Mora	141
Tabla N° 80 Detalle de Costos del Helado de Frutilla	143
Tabla N° 81 Detalle de Costos del Helado de Aguacate	145
Tabla N° 82 Detalle de Costos del Helado de Durazno	147
Tabla N° 83 Costos anuales de los helados	149
Tabla N° 84 Costos mensuales de los helados	149
Tabla N° 85 Proyección de costos del helado de mora (1).....	150
Tabla N° 86 Proyección de costos del helado de mora (2).....	152
Tabla N° 87 Proyección de costos del helado de frutilla (1).....	154
Tabla N° 88 Proyección de costos del helado de frutilla (2).....	156
Tabla N° 89 Proyección de costos del helado de aguacate (1).....	158
Tabla N° 90 Proyección de costos del helado de aguacate (2).....	160
Tabla N° 91 Proyección de costos del helado de durazno (1).....	162

Tabla N° 92 Proyección de costos del helado de durazno (2).....	164
Tabla N° 93 Resumen de costos.....	167
Tabla N° 94 Detalle de Gastos Administrativos	168
Tabla N° 95 Detalle de Gastos de Ventas	168
Tabla N° 96 Detalle de Gastos Financieros.....	169
Tabla N° 97 Resumen de Gatos.....	169
Tabla N° 98 Proyección de Gastos Administrativos (1)	170
Tabla N° 99 Proyección de Gastos Administrativos (2)	170
Tabla N° 100 Proyección de Gastos de Ventas (1)	171
Tabla N° 101 Proyección de Gastos de Ventas (2)	171
Tabla N° 102 Proyección de Gastos Financieros (1).....	172
Tabla N° 103 Proyección de Gastos Financieros (2).....	173
Tabla N° 104 Resumen de gastos	173
Tabla N° 105 Mano de Obra Administrativa	174
Tabla N° 106 Mano de Obra de Ventas.....	175
Tabla N° 107 Mano de Obra de Producción	175
Tabla N° 108 Resumen de Mano de Obra.....	176
Tabla N° 109 Depreciación	177
Tabla N° 110 Proyección de Depreciación Administrativos.....	179
Tabla N° 111 Proyección de Depreciación Ventas	179
Tabla N° 112 Proyección de Depreciación Producción	180
Tabla N° 113 Cálculos de Ingresos	181
Tabla N° 114 Proyección de ingresos de los helados (1)	182
Tabla N° 115 Proyección de ingresos de los helados (2)	183

Tabla N° 116 Flujo de Caja.....	184
Tabla N° 117 Datos para el Punto de Equilibrio	186
Tabla N° 118 Costos Totales.....	186
Tabla N° 119 Punto de Equilibrio en Dólares	187
Tabla N° 120 Punto de Equilibrio en Unidades	187
Tabla N° 121 Punto de Equilibrio en Porcentaje.....	187
Tabla N° 122 Estado de Resultados Proyectado	189
Tabla N° 123 Tabla del impuesto a la renta	190
Tabla N° 124 Cálculo del impuesto a la renta.....	191
Tabla N° 125 TMAR	192
Tabla N° 126 Indicadores.....	193
Tabla N° 127 Beneficio - Costo	194
Tabla N° 128 Rentabilidad	195
Tabla N° 129 Canales de Comunicación.....	202
Tabla N° 130 Períodos de tiempo de la publicidad	203
Tabla N° 131 Descripción del puesto del Contador/a	207
Tabla N° 132 Amortización.....	217

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Consumo de Helados.	25
Gráfico N° 2 Opciones de Sabores	26
Gráfico N° 3 Frecuencia de Consumo de Helados	27
Gráfico N° 4 Lugar de compra del helado.....	28
Gráfico N° 5 Presentación del Helados	29
Gráfico N° 6 Medios de comunicación	30
Gráfico N° 7 Composición nutricional de las frutas	31
Gráfico N° 8 Nombre comercial.....	32
Gráfico N° 9 Demanda Potencial de Personas.	35
Gráfico N° 10 Demanda Potencial del Producto	38
Gráfico N° 11 Oferta Potencial de Personas.	54
Gráfico N° 12 Oferta Potencial de Productos.....	57
Gráfico N° 13 Demanda Potencial Insatisfecha Anual (Personas).	58
Gráfico N° 14 Demanda Potencial Insatisfecha Anual (Producto).	60
Gráfico N° 15 Logotipo.....	62
Gráfico N° 16 Canal de Distribución N° 1	66
Gráfico N° 17 Canal de Distribución N° 2	66
Gráfico N° 18 Diagrama del proceso de producción.....	71
Gráfico N° 19 Mapa de Procesos	72
Gráfico N° 20 Flujograma del proceso de producción.....	74
Gráfico N° 21 Flujograma del proceso de comercialización.....	76
Gráfico N° 22 Prototipo del diseño arquitectónico de la planta de producción de los helados.....	77
Gráfico N° 23 Capacidad de Producción Futura	92

Gráfico N° 24 Diagrama de Pareto.....	98
Gráfico N° 25 Organigrama Estructural.....	113
Gráfico N° 26 Organigrama Funcional.	114
Gráfico N° 27 Formato de la Solicitud de Búsqueda Fonética.	126
Gráfico N° 28 Solicitud en Línea	127
Gráfico N° 29 Solicitud en Línea	127
Gráfico N° 30 Registro de Usuario	128
Gráfico N° 31 Ingreso de Solicitud	128
Gráfico N° 32 Generación del comprobante IEPI.....	129
Gráfico N° 33 Comprobante del pago de la marca IEPI	129
Gráfico N° 34 Subir comprobante de pago	129
Gráfico N° 35 Comprobante registrado.....	130
Gráfico N° 36 Punto de Equilibrio	188
Gráfico N° 37 Sistema Gráfico de Rotulación Nutricional	207
Gráfico N° 38 Árbol de Problemas	219

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: ““PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS PARA DIABÉTICOS EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA””

AUTORA: Marcia Paola Cevallos Arcos

TUTOR: Ing. Ibeth Molina. Mg.

“Glucemia Ice Cream” es un plan de negocio que produce helados de frutas naturales y endulzado con stevia, es un producto creado para las personas que padecen de diabetes para que puedan degustar de los sabores de mora, frutilla, aguacate y durazno; estas personas pueden degustar de estas frutas por su alto contenido nutricional para el aporte de su salud. Este proyecto se ha enfocado a la población diabética de la ciudad de Ambato, presentando en este contexto sus parámetros de marketing, la forma de producción, sus instalaciones, la estructura organizacional, jurídica, la promoción y publicidad, todo esto reflejado en el plan financiero donde constan cada uno de estos rubros, los mismo que a través de la venta de estos productos la empresa puede solventarse a corto, mediano y largo plazo. El proyecto se idealizó porque en la ciudad de Ambato existe un sin número de heladerías que producen una variedad de helados, en sus formas y sabores; pero aún no se ha creado un producto que permita el consumo de estas personas que padecen de diabetes, por lo tanto “Glucemia Ice Cream” es un emprendimiento original, creativo y de vanguardia que se dedicará a la producción y comercialización de helados bajo en azúcar y grasa para el consumo de las personas y de esta forma aportar al cuidado de la salud de la población ambateña y tungurahuese..

Descriptores: Helado natural, Plan de negocios, población de Ambato, creativo, emprendimiento.

UNIVERSITY TECHNOLOGY INDOAMERICA
FACULTY OF ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC

ABSTRACT

THEME: “BUSINESS PLAN FOR THE PRODUCTION AND COMMERCIALIZATION OF ICE CREAMS FOR DIABETICS IN THE AMBATO CITY PROVINCE OF TUNGURAHUA”

AUTHOR: Marcia Paola Cevallos Arcos

TUTOR: Ing. Ibeth Molina Mg.

“Glucemia Ice Cream” Is a business plan that produces natural fruit ice creams and sweetened with stevia, is a product created for people suffering from diabetes so they can taste the blackberry, strawberry, avocado and peach flavors; these people can taste of these fruits for their high nutritional content for the contribution of their health. This project has focused on the diabetic population of the city of Ambato, presenting in this context its parameters of marketing, the form of production, its facilities, organizational structure, legal, promotion and publicity, all reflected in the financial plan Which include each of these items, the same that through the sale of these products the company can be solved in the short, medium and long term. The project was idealized because in the city of Ambato there are countless ice cream shops that produce a variety of ice creams, in their shapes and flavors; But has not yet created a product that allows the consumption of these people suffering from diabetes, therefore "Glucemia Ice Cream" is an original, creative and avant-garde venture that will be dedicated to the production and marketing of low-sugar ice cream And fat for the consumption of the people and in this way contribute to the health care of the population of the city of ambateña and tungurahuese.

Descriptores: Natural ice cream, Business plan, population of Ambato, creative, Entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, en el aspecto de degustar sabores y para preservar el cuidado de su salud, en la ciudad de Ambato en especial el segmento de mercado como son las personas diabéticas, se crea el emprendimiento de elaborar helados con cuatro frutas naturales como son: mora, frutilla, aguacate y durazno consideradas como las frutas características de la provincia de Tungurahua y especial de la ciudad de Ambato; por lo tanto, con su alto contenido nutricional y endulzado stevia se da a conocer éste nuevo producto para ser saboreado en una presentación en paletas y con una envoltura innovadora, lo que le hace apetecible para el consumidor.

En el **Capítulo I**, se detalla el área de marketing, en el cual se encuentran inmersos aspectos como: Definición del producto o servicio (especificación del servicio o producto y aspectos innovadores), Definición del mercado (mercado que se va a tocar, categorización de sujetos, estudio de segmentación, plan de muestreo, diseño y recolección de información, análisis e interpretación, demanda potencial), Análisis del Macro y Micro ambiente (proyección de la oferta, demanda potencial insatisfecha, promoción y publicidad, sistema de distribución, seguimiento de clientes, mercados alternativos).

En el **Capítulo 2**, se detalla el área de producción, en el cual se encuentran inmersos aspectos como: Descripción del proceso (descripción del proceso de transformación del bien o servicio, descripción de instalaciones, equipos y personas, tecnología a aplicar), Factores que afectan el plan de operaciones (ritmo de producción, nivel de inventario promedio, número de trabajadores), Capacidad de producción (capacidad de producción futura), Definición de recursos necesarios para la producción (Especificación de materias primas y grado de sustitución que puedan presentar), Calidad (método de control de calidad), Normativas y permisos (seguridad e higiene ocupacional).

En el **Capítulo 3**, se detalla el área de organización y gestión, en el cual se encuentran inmersos aspectos como: Análisis estratégico y definición de objetivos

(visión y misión de la empresa, análisis FODA), Organización funcional de la empresa (organigrama estructural y funcional, descripción de cargos), Control de gestión (indicadores de gestión), Necesidad de personal.

En el **Capítulo 4**, se detalla el área jurídica legal, en la cual se encuentran inmersos aspectos como: Determinación de la forma jurídica, patentes y marcas, detalle de tipos de licencias necesarias para funcionar.

Finalmente en el **Capítulo 5**, se detalla el área financiera, en la cual se encuentran inmersos aspectos como: Plan de inversión, Plan de Financiamiento (forma de financiamiento), Cálculo de Costos y Gastos (detalle de costos, proyección de costos, detalle de gastos, proyección de gastos), Mano de obra, Depreciación, Proyección de la depreciación, Cálculo de Ingresos (proyección de ingresos), Flujo de Caja, Punto de Equilibrio, Estado de Resultados Proyectado, Evaluación Financiera, Indicadores (valor actual neto, tasa interna de retorno, beneficio costo, periodo de recuperación) Razones (liquidez y rentabilidad).

CAPÍTULO I

ÁREA DE MARKETING

1.1 DEFINICIÓN DE PRODUCTO O SERVICIO.

1.1.1 Especificación del Servicio o Producto.

El Ecuador es un país biodiverso, en su naturaleza como en el área gastronómica, se puede degustar una infinidad de sabores para los diferentes paladares. Al hablar de sabores se entiende una gran combinación de frutas, las mismas que son procesadas en diferentes presentaciones, una de ellas son los tradicionales helados artesanales que han hecho un legado en las familias ecuatorianas. Un ejemplo claro son los reconocidos helados de Salcedo, fabricados en el cantón de la provincia de Cotopaxi.

Se describe que el helado por tradición ha sido elaborado en base a ingredientes naturales, como son: leche procesada, saborizantes artificiales, fruta natural, pasteurizantes y endulzantes que se han presentado en el mercado con una gran demanda. Es así pues, que hasta ahora no se ha ofertado un producto innovador que presente varias alternativas al consumidor, entre ellas un helado que pueda ser degustado por una persona con diabetes. (Giral, 2016, pág. 2).

Es así que, se ha ingeniado un helado artesanal endulzado con stevia, ésta es una hoja conocida como hierba dulce que reemplaza a la azúcar normal porque su contenido nutricional presenta cero calorías, aporta con vitaminas A y C y minerales como hierro, fósforo, calcio y potasio. Es importante señalar que este helado será elaborado de forma artesanal, el mismo que será presentado en diferentes sabores, tales como: mora, frutilla, aguacate y durazno.

Entre los beneficios nutricionales de la mora, se destaca la capacidad de nivelar el azúcar en la sangre, refuerzan el sistema inmunológico, ayudan a prevenir el estreñimiento, son fuente de fibra, hierro y vitamina C y K y es un remedio natural

contra la inflamación, su bajo aporte calórico lo que es recomendable para las dietas de adelgazamiento, contiene ácidos naturales como pterostilbeno que es un compuesto que ayuda a regular la glucosa en la sangre y a combatir la diabetes de tipo II.

Otra de las frutas que pueden consumir las personas diabéticas es la frutilla, esta contiene aportes nutricionales ricos en antioxidantes que al momento de consumirlos el cuerpo los digiere inmediatamente.

En cambio, el aguacate es una fruta que contiene grasas naturales que son necesarias para la alimentación de las personas que padecen de la diabetes. Además, es considerada como una excelente fuente de grasa monoinsaturada para las personas que padecen de diabetes o cualquiera que desee consumirlo para una alimentación óptima.

Finalmente, el durazno es apta para el consumo de las personas que padecen diabetes porque proporciona vitaminas A y C, bajos en grasa, ricos en potasio, fibra y otras características. Consumir esta fruta en especial para las personas que tienen diabetes, es un excelente controlador del sistema de azúcar en la sangre.

En la presente tabla, se describe las características nutricionales de las frutas que contendrán los helados “Glucemia Ice Cream”

Tabla N° 1 Propiedades Nutricionales de las frutas

PROPIEDADES NUTRICIONALES DE LAS FRUTAS			
MORA	FRUTILLA	AGUACATE	DURAZNO
Calorías – 43	Calorías – 43	Calorías – 80	Calorías – 57
Proteínas – 1,4 g.	Proteínas – 0,7 g.	Proteínas – 1,0 g.	Proteínas – 1,3 g
Grasas – 0,5 g.	Grasas – 0,3 g.	Grasas – 8 g.	Grasas – 0,3 g.
Hidratos de carbono – 10 g.	Hidratos de carbono – 7,7 g.	Hidratos de carbono – 4,0 g.	Hidratos de carbono – 15 g.

Elaborado por: Cevallos, P. (2017)

Fuente: (Giral, 2016)

Se denomina “Glucemia Ice Cream” porque es un nombre que se identifica con la diabetes, porque dentro del mercado al cual se dirige el presente proyecto identificará directamente este término con su estado de salud actual. Es importante describir que un análisis de glucemia permite medir la cantidad de azúcar (glucosa) que se presente en el plasma sanguíneo.

Los beneficios de elaborar un helado para las personas diabéticas es que este producto contendrá frutas naturales, leche descremada y principalmente será endulzado con stevia que es un endulzante con contenidos de cero calorías y es diurético. El helado será elaborado con ingredientes principales como: leche descremada, claras de huevo, frutas y endulzado con stevia. Los helados no tendrán edulcorantes artificiales porque son considerados como perjudiciales para salud de este segmento de mercado diabético. En realidad, el helado es considerado como un producto bajo en calorías, sin grasas y sin contenido de azúcar blanca. Las bondades de degustar de este helado es que será delicioso para los paladares exigentes por su alto contenido de fruta natural y en un empaque atractivo

1.1.2 Aspectos innovadores

El helado por sus características de producción, aportan en gran medida a los agentes que intervienen en el desarrollo de las personas, los nutrientes que contienen los helados varían según los insumos que lo componen, los principales ingredientes. Para este helado artesanal se fabricará con mora, frutilla, aguacate y durazno, que son frutas que pueden consumir las personas que padecen de diabetes; además, el endulzante será la stevia que es un producto que se lo adquiere en el mercado para el consumo de las personas diabéticas, en cuanto a la leche su estado se encontrará en un estado descremado, es decir, no contiene grasa, las claras de huevos en una personas con diabetes sí puede consumirlas sin restricción alguna, porque éstas contiene alto contenido de proteínas y su bajo volumen de calorías; en lo que se refiere al proceso de producción del helado las claras de huevo actúan como un agente espesante logrando una textura cremosa en los mismos. Por lo que, al mezclar todos y cada uno de estos

ingredientes hacen que el helado de “Glucemia Ice Cream” sea apetecible para estas personas que padecen esta enfermedad logrando obtener un producto nutritivo, sano, natural y de calidad.

En cuanto a la calidad del producto, se inicia desde el proceso de la selección de la fruta desde el momento de la compra; por lo que, la emprendedora deberá buscar cuidadosamente que las frutas se encuentren en óptimas condiciones en cuanto se refiere a maduración, textura y color.

1.2 DEFINICIÓN DE MERCADO.

1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general.

Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados (Baca Urbina, 2010, pág. 12).

El mercado que se va a tocar en general es el de la ciudad de Ambato, específicamente a las personas que padecen de diabetes, es decir, personas de las parroquias urbanas y rurales. Con este proyecto se pretende realizar un helado artesanal para el consumo de estas personas y el mismo que estará elaborado con ingredientes naturales como es el endulzante stevia, que cuida el bienestar y salud de estas personas. Este segmento está compuesto por individuos entre las edades de 10 hasta los 65 años de género masculino y femenino.

1.2 DEFINICIÓN DE MERCADO.

1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general.

Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados (Baca Urbina, 2010, pág. 12)

El mercado que se va a tocar en general es el de la ciudad de Ambato, específicamente a las personas que padecen de diabetes, es decir, personas de las parroquias urbanas y rurales. Con este proyecto se pretende realizar un helado

artesanal para el consumo de estas personas y el mismo que estará elaborado con ingredientes naturales como es el endulzante stevia, que cuida el bienestar y salud de estas personas. Este segmento está compuesto por individuos entre las edades de 10 hasta los 65 años de género masculino y femenino.

1.2.1.1 Categorización de sujetos.

Tabla N° 2 Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Personas Diabéticas
¿Quién usa?	Personas Diabéticas
¿Quién decide?	Personas Diabéticas
¿Qué influye?	Personas Diabéticas

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

1.2.1.2 Estudio de Segmentación

Tabla N° 3 Dimensión conductual (Personas Diabéticas)

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	
Tipo de necesidad	Fisiológica	Alimentación.- Es una necesidad para las personas diabéticas que demandan un aporte nutritivo en su alimentación; es por eso que a través de la elaboración de un helado se logrará satisfacer a este segmento de mercado.
	Seguridad	Una vez que la necesidad fisiológica ha sido cubierta, los diabéticos podrán adquirir un producto con ingredientes naturales para el cuidado de su salud.
Tipo de compra	Comparación	Los helados contendrán un ingrediente especial como el endulzante stevia que puede consumir estas personas.
Relación con la marca	No	
Actitud frente al producto	Positiva	

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Tabla N° 4 Dimensión Geográfica (Personas Diabéticas)

VARIABLE	DESCRIPCION	NÚMERO
País	Ecuador	16.144.363
Región	Sierra	5.595.440
Provincia	Tungurahua	504.583
Ciudad urbana y rural	Ambato	329.856
Tamaño Provincial	Personas diabéticas	3.787
Tamaño Cantonal	Personas diabéticas	2.007
Edad	De 10 a 65 años	2.007

Fuente: INEC, Entidades de Salud Pública y Privada.

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Tabla N° 5 Dimensión Geográfica Provincial y Cantonal (Personas Diabéticas por Entidades)

ENTIDADES	TUNGURAHUA	AMBATO
Ministerio de Salud - Hospital Regional de Ambato.	1086	679
Hospital del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.	793,6	496
Hospital Nuestra Señora de la Merced	1600	640
Baxter	224	140
Patronato del Gobierno Provincial de Tungurahua	83	52
TOTAL	3.787	2.007

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Este levantamiento de información está compuesta por las personas diabéticas entre las edades de 10 hasta 65 años y se hacen su respectivo control para el cuidado de la salud en los diferentes establecimientos de salud público y privado, esta información es del año 2016 datos que fueron proporcionadas por los Departamento de Estadística.

1.2.1.3 Plan de Muestreo

Población.- En el Libro de la Introducción a la Metodología Científica: “La población, o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio” (Arias, 2012, pág. 82)

Para el presente proyecto investigativo tiene los dos tipos de población: finita y accesible. Es población finita porque se conoce la cantidad de personas diabéticas de la provincia de Tungurahua y existe un registro documental. Y, es población accesible porque se obtendrá una porción finita de la población objetivo a la cual se extraerá una muestra representativa de las personas diabéticas de la ciudad de Ambato.

Muestreo.- Se define el término muestreo: “La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (Arias, 2012, pág. 84)

Muestreo Probabilístico.- “Es un proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra”. (Arias, 2012, pág. 84). Además, se dice que el muestreo probabilístico: “Son seleccionados en forma individual y directa” (Herrera E., Medina F., & Naranjo L., 2008, pág. 99)

En este proyecto investigativo se empleará el muestreo probabilístico o aleatorio, porque se conoce la probabilidad que tiene cada elemento que integra la muestra. En el tipo de muestreo es el probabilístico estratificado, porque el grupo de estudio son las personas que padecen de diabetes en la ciudad de Ambato, que se compone de parroquias urbanas y rurales. El estrato de estudio específico son las personas que padecen de diabetes y los datos fueron levantados en los departamentos de estadística de las distintas instituciones médicas. Además, es un muestreo al azar simple, porque todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser seleccionadas a las cuales se les realizará la respectiva encuesta. A partir de estos datos, se procede a calcular la muestra por medio de la fórmula que a

continuación se detalla, ésta permitirá conocer el número de personas diabéticas para aplicar la encuesta.

Tabla N° 6 Descripción de las variables de la muestra.

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	DATOS
n	Es el tamaño de la muestra calculada	322
Z	Nivel de confiabilidad con el 95% de confianza	1,96
N	Es el tamaño de la población de la ciudad de Ambato que padece diabetes entre las edades de 10 hasta 65 años de edad.	2007
P	Probabilidad de ocurrencia	0,5
Q	Probabilidad de no ocurrencia	(1-p) = 1-0,5=0,5
e	Error de la muestra	5% = 0,05

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fórmula de la Muestra

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{(Z^2 \times P \times Q + Ne^2)}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 2007}{((1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5 + (2007)(0,05)^2)}$$

n = 322 personas diabéticas de la ciudad de Ambato.

PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS

Objetivo General

- Elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de una fábrica de helados artesanales con ingredientes naturales y endulzados con stevia para la comercialización, en la provincia de Tungurahua, ciudad Ambato.

Objetivos Específicos

- Estudiar el segmento del mercado de las personas diabéticas a través del diseño de una encuesta para establecer la oferta y demanda de los helados.
- Desarrollar un estudio técnico en donde se especifique los insumos y requerimiento para la producción de helados para las personas diabéticas.
- Elaborar un estudio económico – financiero para determinar la factibilidad del producto.

Objetivo Específico 1

- Estudiar el segmento del mercado de las personas diabéticas a través del diseño de una encuesta para establecer la oferta y demanda de los helados.

Tabla N° 7 Cuadro de necesidades objetivo 1

NECESIDADES DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTES	INSTRUMENTOS
Conocer el N° de personas diabéticas	Secundaria	Ministerio de Salud, INEC, OMS, OPS, BATEX.	Banco de datos de otras organizaciones
Precio	Primaria	Consumidor final	Encuesta/cuestionario
Publicidad	Primaria	Consumidor final	Encuesta/cuestionario

Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Consumidor final	Encuestas
Terminología de oferta y demanda	Secundaria	Libros	Servicios agrupados

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Objetivo Específico 2

- Desarrollar un estudio técnico en donde se especifique los insumos y requerimientos para la producción de helados para las personas diabéticas.

Tabla N° 8 Cuadro de necesidades objetivo 2

NECESIDADES DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTES	INSTRUMENTOS
Insumos	Secundaria	Proveedores	Banco de datos de otras organizaciones
Materias primas utilizadas en la elaboración del helado	Secundaria	Proveedores	Banco de datos de otras organizaciones
Procesos de producción	Secundaria	Proveedores	Banco de datos de otras organizaciones
Maquinaria	Secundaria	Proveedores	Banco de datos de otras organizaciones
Proveedores de los insumos	Secundaria	Proveedores	Banco de datos de otras organizaciones
Diseño del área de producción	Primaria	Arquitecto	Contratación de servicios profesionales.
Aspectos relevantes en cuanto a la información nutricional.	Primaria	Ingeniero en Alimentos	Entrevista
Investigación del proceso de producción de los helados tradicionales de	Primaria	Productores de helados de Salcedo	Entrevista

Salcedo.			
Indagación de las pulpas de frutas de PLANHOFA	Primaria	Personal de producción	Entrevista

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

OBJETIVO ESPECÍFICO 3

- Elaborar un estudio económico – financiero para determinar la factibilidad del producto.

Tabla N° 9 Cuadro de necesidades objetivo 3

NECESIDADES DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTES	INSTRUMENTOS
Indagar qué es un plan económico-financiero.	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Qué es el plan de inversiones	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Cómo financiarse un proyecto	Primaria	Instituciones Financieras	Información escrita
Evaluación Financiera	Secundaria	Libros	Calculo de índices de Rentabilidad
Normativa tributaria	Secundaria	Leyes, reglamentos vigentes de la LRTI.	Servicios agrupados
Normativa legal del trabajador	Secundaria	Leyes, reglamentos vigentes de la LOSEP.	Servicios agrupados
Indicadores	Secundaria	Libros	Servicios agrupados

Financieros: TMAR, VAN TIR, B/C. Período de Recuperación.			
Estados financieros: flujo de caja y estado de resultados.	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Proformas de los insumos y materiales	Primaria	Establecimientos comerciales	Entrevista

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

1.2.1.4 Diseño y recolección de información

Desarrollo de instrumentación

Información secundaria

- **Banco de datos de otras organizaciones.**

- **Necesidad 1**

Los datos estadísticos se obtienen del Ministerio de Salud, a través de los departamentos de Estadística del Hospital Regional de Ambato, Hospital Nuestra Señora de la Merced, Baxter, Patronato del Gobierno Provincial de Tungurahua y del Hospital del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

- **Necesidad 2**

En este segmento se realizará el levantamiento de información en los diferentes locales comerciales de la ciudad de Ambato, como de otras ciudades del Ecuador, el mismo que se respaldará través de proformas, como son: materias primas, maquinaria, insumos, entre otros.

- **Necesidad 3**

En este segmento se indagará las respectivas leyes gubernamentales como son la Ley de Régimen Tributario Interno, LOSEP y otros.

- **SERVICIOS AGRUPADOS**

- **Necesidad 1**

- Oferta**

- “Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. (Baca Urbina, 2010, pág. 55).

- Demanda**

- “Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (Baca Urbina, 2010, pág. 55).

- Demanda Potencial Insatisfecha**

- “Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo” (Baca Urbina, 2010, pág. 55).

- **Necesidad 2**

- Proceso de Producción**

- “Procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir del insumo” (Baca Urbina, 2010, pág. 103).

- Materia Prima o Insumos**

- “Son aquellos elementos sobre los cuales se efectuará el proceso de transformación para obtener el producto final”. (Baca Urbina, 2010, pág. 104)

Maquinaria

“Una maquinaria, dentro de una empresa productiva, puede servir para producir un bien intermedio, realizar una función dentro de una secuencia de operaciones o bien producir un bien final”. (Baca Urbina, 2010, pág. 30).

Necesidad 3

Plan de Inversiones

Según Arboleda describe al respecto: “Se considerará en el plan de inversiones el establecimiento de infraestructuras, e invención” (Arboleda, 2013, pág. 18).

Costo Variable

Se define que: “Costos variables: Son aquellos que dependen del nivel de producción, y no necesariamente en forma proporcional o lineal” (Rojas, 2007, pág. 12).

Costo Fijo

Los costos fijos: “Son aquellos cuya magnitud no depende del volumen total de producción ni del nivel de utilización de un proceso o servicio dado”. (Rojas, 2007, pág. 12)

Gastos

El autor Lara describe que: “Son todos los egresos que se realizan en un proyecto y que no pertenecen al proceso de producción sino como elementos de apoyo al mismo, y también para la distribución y comercialización del producto”. (Lara, 2011, p. 34)

- **SISTEMA DE INFORMACIÓN**

INFORMACIÓN PRIMARIA

- **ENCUESTA**

En este instrumento de recolección de la información se empleará la encuesta y la entrevista para la recolección de todos los datos acerca de los helados.

- **ENTREVISTA**

“La entrevista, más que un simple interrogatorio, es una técnica basada en un diálogo o conversación “cara a cara”, entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida”. (Arias, 2012, pág. 73).

Tabla N° 10 Listado de preguntas de las entrevistas de las Necesidades 1, 2 y 3 de la Planta de Producción de Helados de Salcedo.

PLANTA DE PRODUCCIÓN DE SALCEDO	
Área: Producción	
Responsable: Silvia Jácome	
PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. ¿Cómo promociona sus helados?	<p>Para promocionar los helados se llegará directamente al consumidor con una excelente idea; por lo tanto, se entregará una pequeña muestra para que el consumidor se deleite con el sabor de los helados IVONDY y los elija al momento de comprar.</p> <p>Este mes se promocionó las paletas de helados, en ellas se escribe “reclame otro” de manera que los consumidores podrán</p>

	disfrutar nuevamente el delicioso helado.
2. ¿Qué canales de publicidad aplica la empresa?	<p>Tienen una buena publicidad del producto como es:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propagandas televisivas que se enfoquen a segmentos infantiles y mayores de edad • Publicidades radiales que expliquen la calidad y el buen sabor de los helados IVONDY de Salcedo • Vallas publicitarias que enfoquen la diferencias de las demás marcas de helados fabricados en Salcedo. • En la prensa anuncios pequeños dando a conocer donde puede realizar sus pedidos y dando a conocer el producto. • Posters en las tiendas de los barrios que contenga publicidad de los helados • Algo muy fundamental en estos tiempos las redes sociales donde se dará a conocer el helado.
3. ¿Qué estrategia utiliza su empresa en los precios?	La estrategia consiste en establecer un precio bajo en relación a la competencia, de esta manera se logra atraer en mayor cantidad a los consumidores y el resultado será el crecimiento en el mercado.
4. ¿Qué canales de distribución aplica?	El canal de distribución es del FABRICANTE-MAYORISTA-

	<p>DETALLISTE-CONSUMIDOR.</p> <p>Con esta red de distribuidores se llega con el producto a nivel nacional, principalmente a las tiendas, supermercados o mini markets.</p>
--	---

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Tabla N° 11 Listado de preguntas de las entrevistas de las Necesidades 1, 2 y 3 de PLANHOFA.

PLANHOFA	
Área: Producción	
Responsable: Ing. Homero Medina	
PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. ¿Cuándo se debe cosechar las frutillas?	Las frutillas deben cosecharse cuando el 75% de su superficie se ha puesto roja y el fruto está todavía firme. La frutilla es muy perecedera y se deteriora dentro de los 2 o 3 días de la cosecha en condiciones ambientales naturales.
2. Proceso del lavado de la frutilla	Las frutillas frescas se lavan con agua abundante para eliminar tierra, suciedad y residuos de pesticidas, insecticidas y fertilizantes.
3. ¿Cuándo se debe cosechar los duraznos?	La cosecha coincide con el cambio de color de la fruta de verde a amarillo (o blanco según la variedad). Los duraznos madurados en la planta tienen la mejor calidad para el consumo directo pero se magullan fácilmente y no resisten el procesamiento porque son demasiado blandos y se deterioran rápidamente. Por

	<p>el contrario, si la cosecha es muy temprana, la maduración será incompleta y la calidad de la fruta una vez madurada no será adecuada.</p> <p>Debe tenerse en cuenta que el durazno madura en forma despareja y debe cosecharse manualmente en forma secuencial (3 a 6 recolecciones) durante un intervalo de 8 a 12 días. La cosecha se hace al amanecer, cuando todavía el clima está fresco.</p>
4. Proceso del lavado del durazno	Los duraznos se lavan con agua corriente para eliminar el polvo, la tierra y los restos de pesticidas e insecticidas.
5. Beneficios de consumir durazno en una persona diabética	El durazno ayuda a mantener un nivel correcto de glucosa en la sangre, por eso es muy beneficioso junto a una dieta sana en fibras para las personas que padecen diabetes tipo 1 y tipo 2 comen duraznos tienen un mejor nivel de azúcar e insulina en la sangre.

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

1.2.1.5 Análisis e Interpretación

Nivel y diseño de investigación

“El nivel de investigación se refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio”. (Arias, 2012, pág. 24).

Tipo de Investigación.

En el presente proyecto de investigación se realizará el de la Investigación de campo o diseño de campo:

Consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (Arias, 2012).

Técnica de Investigación

Para el levantamiento de la información se emplea la técnica de investigación de la encuesta, la misma que está dirigida a las personas que padecen de diabetes de la ciudad de Ambato.

Instrumento de Investigación

“Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información”. (Arias, 2012, pág. 23).

Esta información dentro del marco del proyecto investigativo, se ha definido características como el tipo o nivel de investigación que se está elaborando, definir qué es un instrumento y técnica de investigación. Por lo que, es importante describir estos aspectos para el emprendimiento y de esta forma facilite el levantamiento de la información en cuanto se refiere a la elaboración de los helados artesanales bajos en calorías, para satisfacer las necesidades de degustación de una forma sana y natural para las personas diabéticas de la ciudad de Ambato. El instrumento de investigación es el cuestionario, que está compuesto por siete preguntas con varias opciones de respuesta, que permitirá conocer los gustos y preferencias en cuanto a sabores y textura de los helados denominados “Glucemia Ice Cream”. En este proyecto se está realizando el Diseño de Investigación de Campo, la técnica es la encuesta y el instrumento es el cuestionario.

1.2.1.5 Análisis e Interpretación.

El análisis e interpretación de datos según dos autores, los mismos que dicen:

Quienes plantean el tratamiento de los datos a través de un análisis comprensivo, articulado sobre la comprensión y rastreo de los mismos, mediante la búsqueda de categorías fundamentales en los hechos que se han descritos a lo largo de los diferentes instrumentos utilizados en la investigación cualitativa. Según Taylor y Bogdan citado por (Vilchez G., 2007, pág. 1).

Para el presente proyecto de investigación se realizó la encuesta a las 322 personas que padecen de diabetes en la ciudad de Ambato, realizando el levantamiento de la información en los diferentes Centros Médicos, Hospitalarios, Club de Diabéticos, Hospitales Básicos Privados, Centros de Atención para Adultos Mayores del IEES, del Ministerio de Educación, familiares, amigos, conocidos, entre otros. Para lo que, a continuación se procede a presentar la información en tablas y gráficos, realizando su respectivo análisis e interpretación de los resultado; además, se determinará conclusiones y recomendaciones respectivamente.

Y para el análisis e interpretación de los cuestionarios se entiende:

Se ha aplicado procesamiento estadístico elemental, calculando frecuencias de respuesta y porcentajes que representan estas. Las preguntas abiertas han sido leídas para reducirlas a las categorías que aparecen en los cuadros y calcular las frecuencias. (Vilchez G., 2007, pág. 1).

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Desarrollo de la pregunta N° 1

Tabla N° 12 ¿Le gustaría consumir helados artesanales endulzados con stevia?

OPCIONES	VALORES	%
SI	224	70%
NO	98	30%
TOTAL	322	100%

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

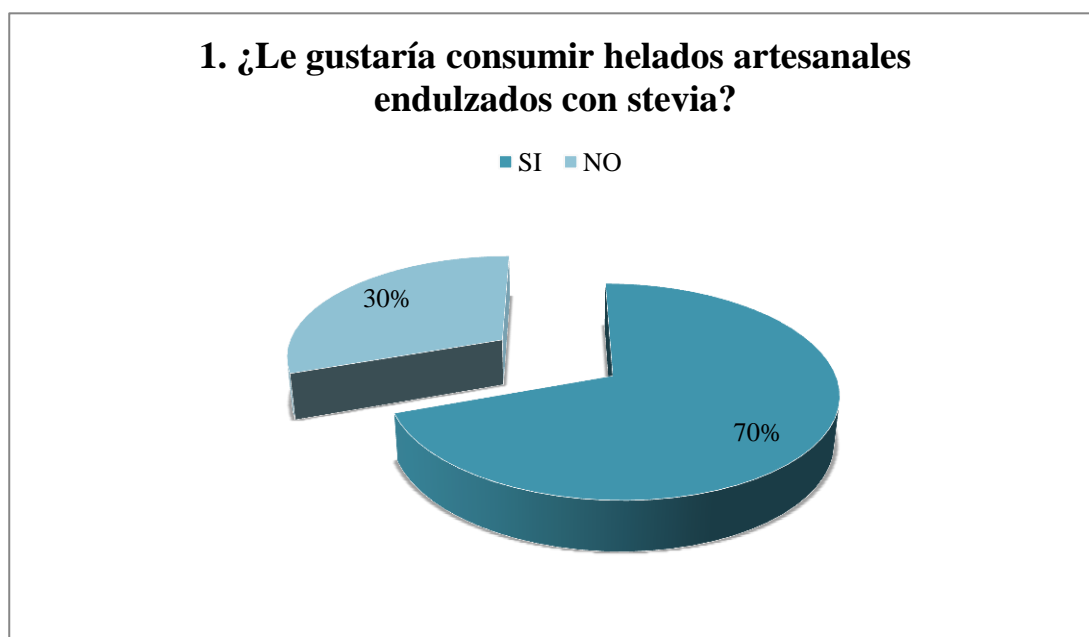


Gráfico N° 1 Consumo de Helados.

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Análisis e Interpretación.- De los 322 personas encuestadas, el 70% de las personas diabéticas si les gustaría consumir helados endulzados con stevia, mientras que el 30% dice que no le gustaría consumir helados bajos en calorías. Por lo tanto, la demanda de helados bajo en calorías es alta por parte de este segmento de mercado, mientras que el 30% es la oferta que se presenta para promocionarse el helado “Glucemia Ice Cream”.

Desarrollo de la pregunta N° 2

Tabla N° 13 De estos cuatro sabores de helados, ¿Cuál es su preferido?

OPCIONES	VALORES	%
MORA	90	28%
FRUTILLA	80	25%
AGUACATE	78	24%
DURAZNO	57	18%
OTROS	17	5%
TOTAL	322	100%

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

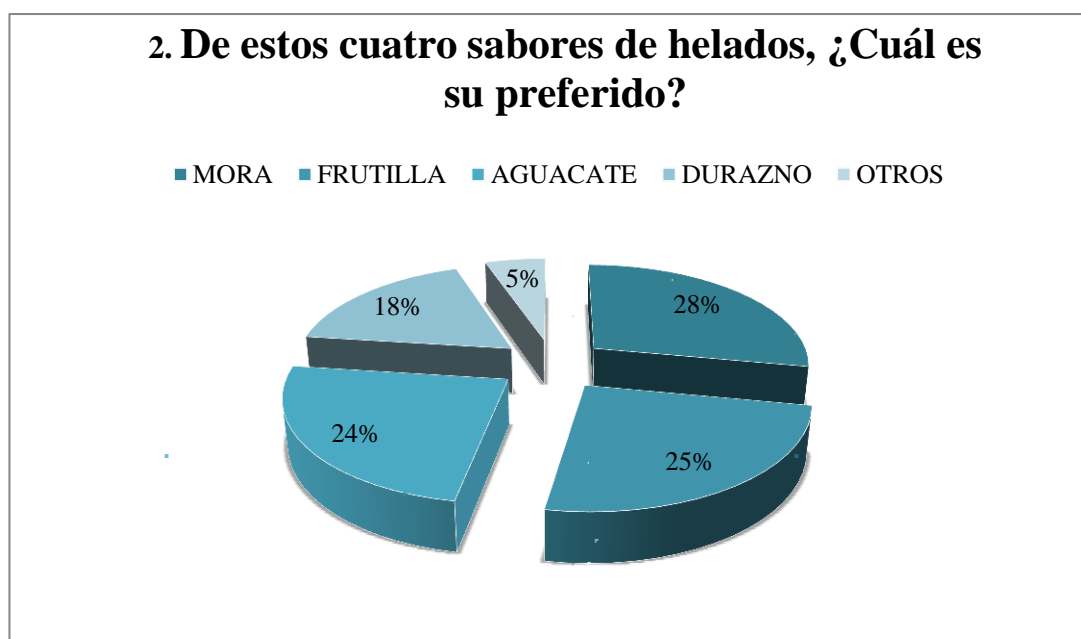


Gráfico N° 2 Opciones de Sabores

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Análisis e interpretación.- El sabor preferido para las personas diabéticas es el sabor de mora del 28%, seguidamente el 25% es del sabor de la frutilla, el 24% de las personas eligió el aguacate y presenta el 24%, el sabor de durazno alcanza al 18% como su sabor preferido y el 5% selecciona como otro sabor.

Desarrollo de la pregunta N° 3

Tabla N° 14 ¿Con qué frecuencia consumiría un helado artesanal con frutas naturales y endulzado con stevia?

OPCIONES	VALORES	%
1 VEZ POR SEMANA	79	25%
2 VECES POR SEMANA	158	49%
3 VECES POR SEMANA	85	26%
TOTAL	322	100%

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

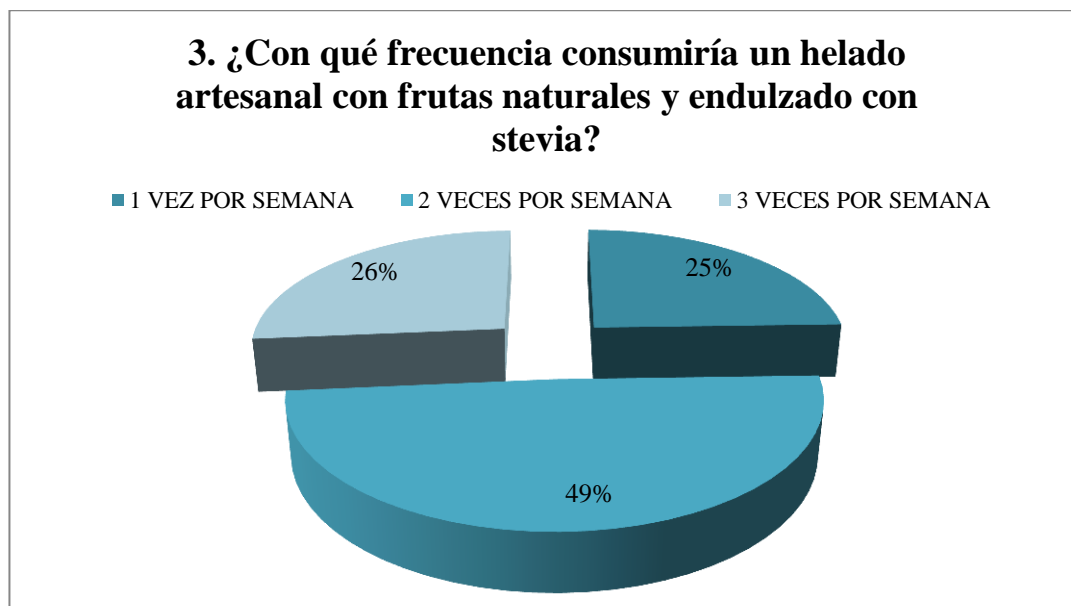


Gráfico N° 3 Frecuencia de Consumo de Helados

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Análisis e interpretación N° 3.- La frecuencia de consumo de los helados artesanales que van a consumir al menos una vez por semana es del 25% mientras que dos veces por semana el porcentaje de consumo es del 49% y el 26% de los encuestados consumiría los helados tres veces por semana. Por lo que, el consumo de los helados artesanales denominado “Glucemia Ice Cream” existirá mayor consumo al menos dos veces por semana.

Desarrollo de la pregunta N° 4

Tabla N° 15 ¿Dónde compraría el helado?

OPCIONES	VALORES	%
HELADERÍA (FÁBRICA)	92	29%
TIENDAS	137	43%
FERIAS Y/O MERCADOS	58	18%
SUPERMERCADOS	35	11%
TOTAL	322	100%

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

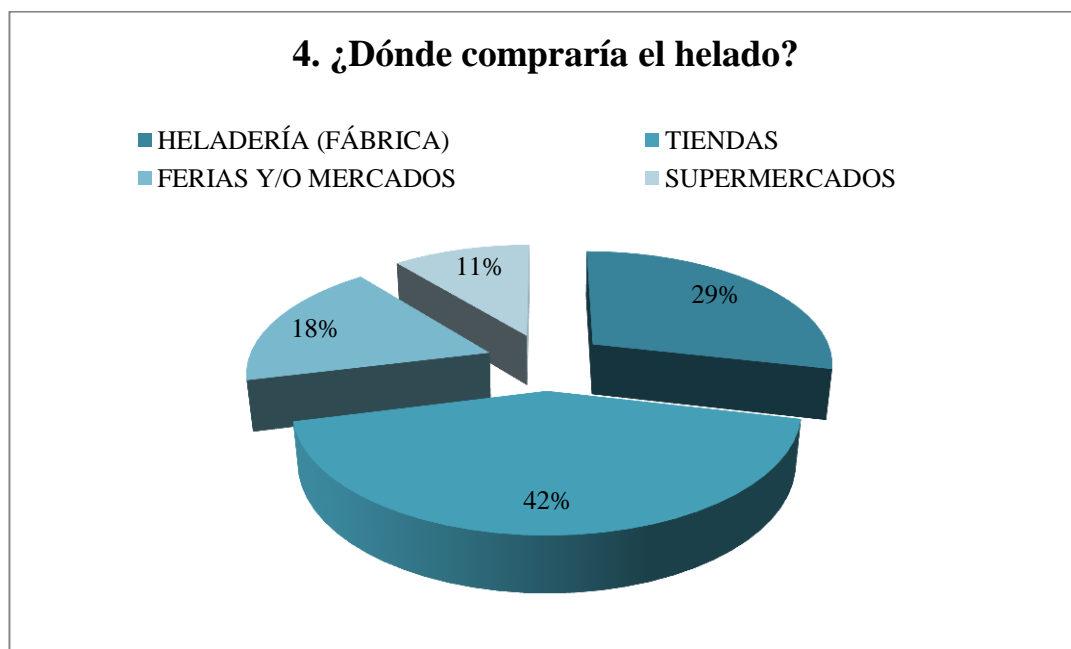


Gráfico N° 4 Lugar de compra del helado.

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Análisis e interpretación N° 4.- En lo que se refiera al lugar de compra o canal de distribución de los helados, el 29% de las personas prefieren adquirir el producto en el lugar de producción, es decir, en el domicilio de la emprendedora; mientras que el 43% opta que el helado lo adquiriría en tiendas, por lo que se con éste dato hay una referencia para optar por un canal de distribución como son las tiendas, el 18% de las personas adquirirían en ferias y/o mercados y finalmente, el 11% comprarían el helado en supermercados.

Desarrollo de la pregunta N° 5

Tabla N° 16 De las siguientes presentaciones de helado ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el mismo?

PRESENTACIÓN	PRECIO	RESPUESTA	%
PALETAS	\$0,75	25	8%
	\$1,00	40	12%
	\$1,50	121	38%
CONOS	\$0,75	41	13%
	\$1,00	33	10%
	\$1,50	15	5%
VASO	\$0,75	32	10%
	\$1,00	10	3%
	\$1,50	5	2%
TOTAL		322	100%

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

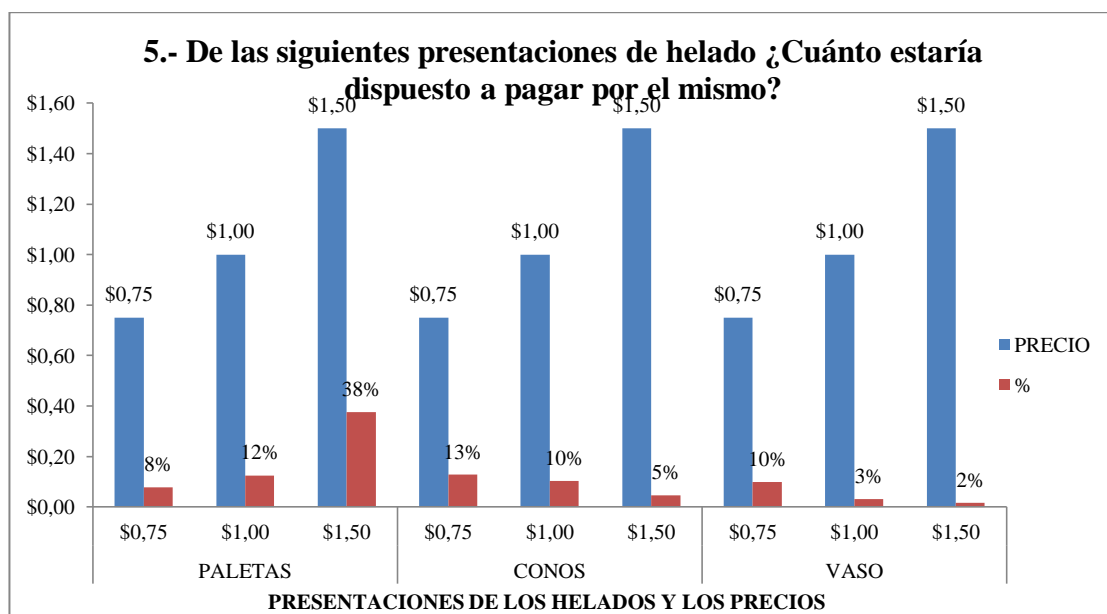


Gráfico N° 5 Presentación del Helados

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Análisis e interpretación N° 5.- Los resultados arrojan que el 38% de las personas encuestadas estarían dispuestas en pagar por una paleta de helado el precio de \$1,50, el 13% dice que por un helado de cono \$0,75 y el 10% por un helado en vaso el valor de \$0,75 dólares Por lo que, las personas en promedio pagaría por cualquier presentación del helado entre un precio desde los \$0,75 hasta \$1,50 dólares.

Desarrollo de la pregunta N° 6

Tabla N° 17 ¿Por qué medio de comunicación le gustaría escuchar la información de la venta de este tipo de producto?

OPCIONES	VALORES	%
REDES SOCIALES	198	61%
TELEVISIÓN	52	16%
PRENSA	72	22%
TOTAL	322	100%

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).



Gráfico N° 6 Medios de comunicación

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Análisis e interpretación N° 6.- El medio de comunicación que las personas se sienten atraídos es por las redes sociales alcanzando el 61%, mientras que el 16% de los encuestados dice que el medio de comunicación por el que se siente atraído es la televisión y el 22% de los encuestados dice que es la prensa el medio de comunicación por el cual se siente atraído.

Desarrollo de la pregunta N° 7

Tabla N° 18 ¿Conoce usted la composición nutricional de las frutas: mora, frutilla, aguacate y durazno, que favorecen a la salud de los diabéticos?

OPCIONES	VALORES	%
SI	137	43%
NO	185	57%
TOTAL	322	100%

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

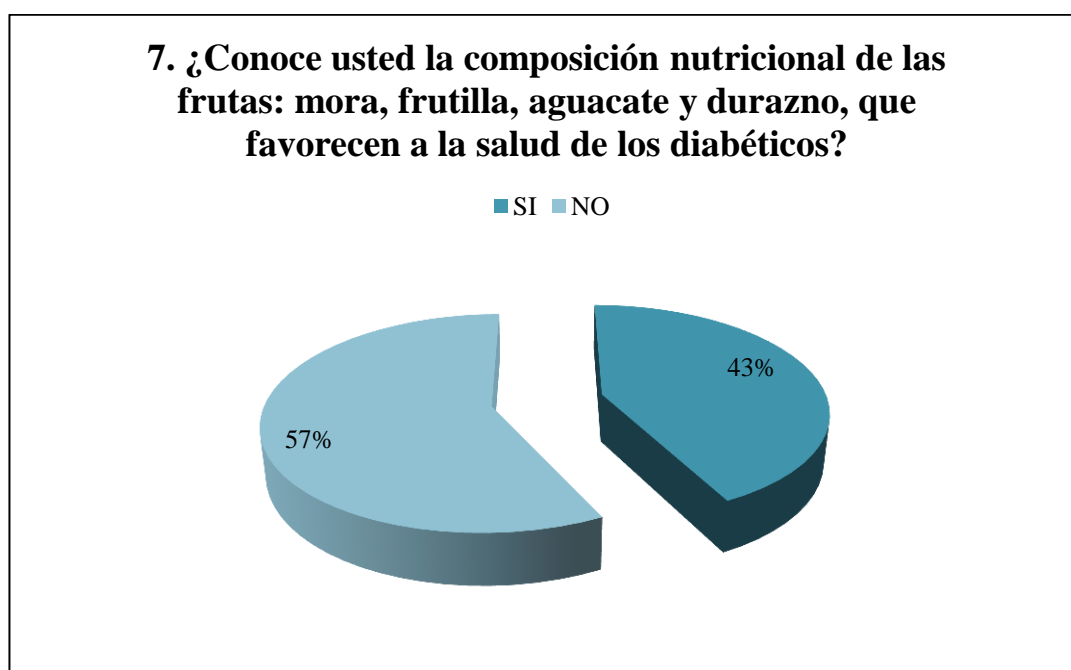


Gráfico N° 7 Composición nutricional de las frutas

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Análisis e interpretación N° 7.- Las personas responde que el 43% si conoce de la composición nutricional de las frutas de mora, frutilla, aguacate y durazno que favorecen a la salud de los diabéticos; y el 57% de las personas no conocen de los beneficios nutricionales de estas cuatro frutas tradicionales de ciudad de Ambato y provincia de Tungurahua.

Desarrollo de la pregunta N° 8

Tabla N° 19 ¿Cuál de estos nombres comerciales le gustaría para este negocio de helados?

OPCIONES	VALORES	%
Glucemia Ice Cream	190	59%
Tentación Light	88	27%
Stevia Ice Cream	44	14%
TOTAL	322	100%

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

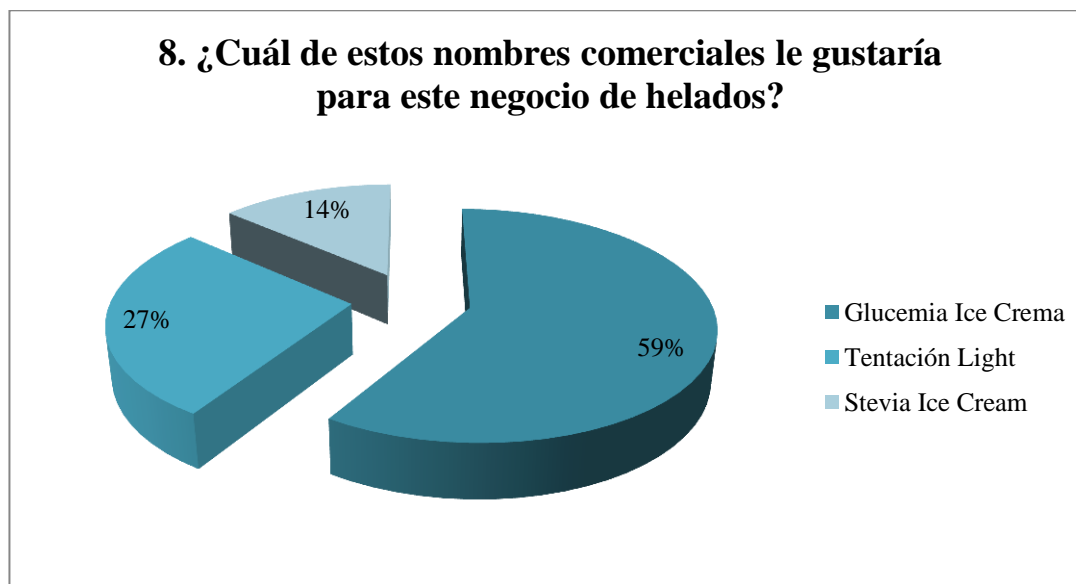


Gráfico N° 8 Nombre comercial

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Análisis e interpretación N° 8.- De las personas que fueron encuestadas el 59% responde que les atrae el nombre comercial para el emprendimiento el de “Glucemia Ice Cream”, el 27% dice que el nombre comercial debería ser “Tentación Light” y el 14% responde que su opción de nombre comercial es “Stevia ice Cream”.

1.2.2 Demanda Potencial

En primer lugar se describe que la demanda potencial es: “La cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (Baca Urbina, 2010, pág. 29).

Al presentar un producto innovador y en base a la aceptación que se refleja en la presentación de los resultados, el 70% de las personas que fueron encuestadas demandan que si están dispuestas en consumir helados endulzados con stevia. Por lo tanto, es una oportunidad para el consumo del mercado actual que busca opciones saludables, pero en especial para la degustación de las personas diabéticas. Además, el 25% responde que su consumo será de una vez por semana, el 49% de las personas diabéticas respondieron que su frecuencia de consumo de helados sería de dos veces por semana y el 26% tres veces por semana será su frecuencia de consumo; por lo tanto, al obtener la información en las encuestas, se posibilita a que el emprendimiento tenga la aceptación en este segmento del mercado del cuidado de la salud.

Para obtener los valores correspondientes de la demanda potencial se procede a tomar los porcentajes que arrojaron en la pregunta N°1 de la encuesta, donde el 70% de los encuestados que son las personas diabéticas responden que **SÍ** consumirían helados artesanales endulzados con stevia; por lo que, se deduce que éste porcentaje es considerado como un indicador para obtener la demanda potencial en personas que están aptas al consumo del helado. Para la proyección de los helados se trabaja con la tasa de prevalencia de la diabetes en la zona 3 del Ecuador, dato que se obtiene en la fuente investigativa publicada en su última revista ENSANUT-ECU-2016- MSP/INEC que es del 1,8% para la proyección de los siguientes años:

DEMANDA POTENCIAL DE PERSONAS

Tabla N° 20 Datos para el cálculo de la demanda de personas.

DEMANDA POR PERSONAS		
PREGUNTA DE LA ENCUESTA		
1.- ¿Le gustaría consumir helados artesanales endulzados con stevia?		
VARIABLES	DESCRIPCIÓN	VALOR
N	Total de la Población Diabética de Ambato	2.007
SI	Demanda	70%
T.P.D.	Tasa de prevalencia de la diabetes en la zona 3 del Ecuador 2016	1,80

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Tabla N° 21 Proyección de la Demanda Potencial de Personas

AÑO	DEMANDA POTENCIAL DE PERSONAS
2016	1.405
2017	1.430
2018	1.456
2019	1.482
2020	1.509
2021	1.536

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Conclusión.- De las 2.007 personas que padecen de diabetes, el 70% está demandando el consumo del helado artesanal endulzado con stevia, es decir, que del total de la población diabética de Ambato, son 1.405 personas demandantes al año 2016, para el año 2017 será de 1.430 demandantes hasta el año 2021 que es de 1.536 personas con diabetes.

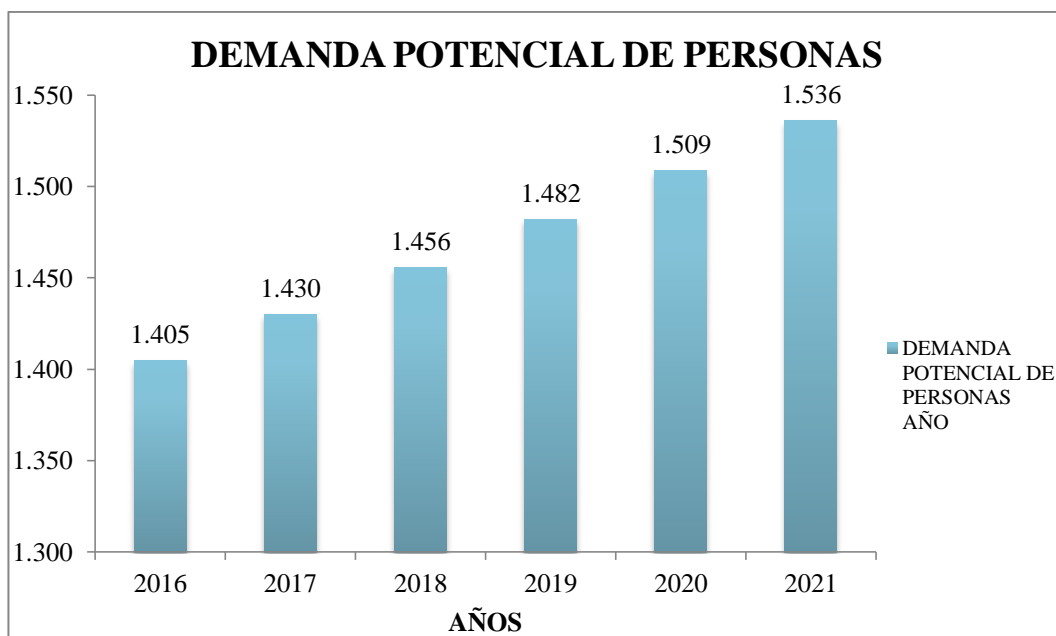


Gráfico N° 9 Demanda Potencial de Personas.

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Conclusión.- De las 2.007 personas que padecen de diabetes, el 70% está demandando el consumo del helado artesanal endulzado con stevia, es decir, que del total de la población diabética de Ambato, son 1.405 personas demandantes al año 2016, en el año 2017 es de 1.430 demandantes potenciales de personas diabéticas que consumirán helados frutales de “Glucemia Ice Cream”.

DEMANDA POTENCIAL DE PRODUCTO

Para obtener la demanda potencial del producto se trabaja con la pregunta N° 3 de la encuesta, que dice: ¿Con qué frecuencia consumiría un helado artesanal con frutas naturales y endulzadas con stevia? Por lo que, se toma éste valor para el cálculo, es decir, la población demandante al año 2016 que es de 1.405 personas diabéticas que sí van a consumir este tipo de helado. Para los cálculos se procede de la siguiente forma:

- **Consumo de helados de una vez por semana:**

1.405 personas x 25% de la frecuencia de consumo = 351 demandantes de helados que van a consumir al menos una vez por semana el helado.

- **Consumo de helados dos veces por semana:**

1.405 personas x 49% de la frecuencia de consumo = 688 demandantes de helados que van a consumir al menos dos veces por semana el helado.

- **Consumo de helados tres veces por semana:**

1.405 personas x 26% de la frecuencia de consumo = 365 demandantes de helados que van a consumir al menos tres veces por semana el helado.

Tabla N° 22 Cálculos para establecer la demanda potencial del producto

DEMANDA DE PRODUCCIÓN DE HELADOS			
OPCIONES	%	DEMANDANTES DE HELADOS	DEMANDA DE ROTACIÓN DE HELADOS EN LA SEMANA
1 vez por semana	25%	351	351
2 veces por semana	49%	688	1.377
3 veces por semana	26%	365	1.096
TOTAL	100%	1.405	2.824
PROMEDIO DE LA DEMANDA		468	941

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Interpretación: La demanda del consumo de helados de una vez por semana es de 351 helados, si el consumo de helados es de dos veces por semana es de 688 y si el consumo de helados es de tres veces por semana es de 365 helados, estos valores se obtienen del resultado de la multiplicación de la frecuencia de consumo que han respondido las personas a las cuales se les aplicó la encuesta. En definitiva, la demanda de rotación de helados en la semana en promedio será de 941 helados.

Tabla N° 23 Demanda de producción de helados

DEMANDA DE PRODUCCIÓN PROMEDIO DE HELADOS	
Diario	188
Semanal	941
Mensual	3.765
Anual	45.185
Demanda diaria - oferta diaria	188- 80 = 108

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación: La demanda de producción promedio de helados es de 188 helados diarios, semanal de 941 unidades, en el mes se ofertará de 3.765 helados y en el año de 45.185 helados. El resultado de restar la demanda diaria y la oferta diaria es de 108 unidades que se deberá producir en el día para cubrir la demanda potencial insatisfecha.

Tabla N° 24 Proyección de la Demanda Potencial del Producto.

AÑO	DEMANDA POTENCIAL DE PRODUCTO
2016	45.185
2017	45.998
2018	46.826
2019	47.669
2020	48.527
2021	49.400
Tasa de prevalencia de la diabetes en la Zona 3 del Ecuador	1,80

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Nota: Para la proyección de los siguientes años se procede a trabajar con la tasa de prevalencia de la diabetes en la Zona 3 en el Ecuador 2016 que es de 1,80% y de esta forma se obtiene los valores proyectados hasta el año 2021.

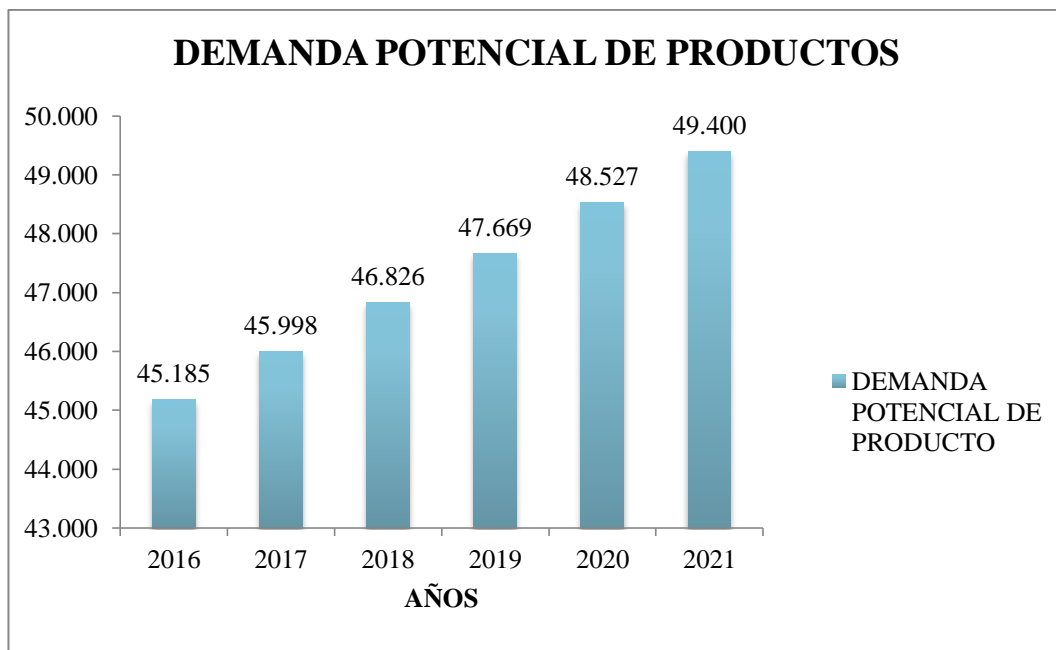


Gráfico N° 10 Demanda Potencial del Producto

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Interpretación: La cantidad demandada del producto para el año 2016 es de 45.185 helados sea que su frecuencia consumo sea de una, dos o tres veces por semana de los helados, en el año 2019 la cantidad de producto asciende a 47.669 helados y para el año 2021 alcanza el valor de 49.400 helados que están demandando sea la frecuencia de consumo de una, dos o tres veces por semana.

1.3 ANÁLISIS DE MACRO Y MICRO AMBIENTE

1.3.1 Análisis del microambiente

Se entiende como un análisis del microambiente como todas las fuerzas que envuelven a la empresa, sobre la cuál puede ejercer control y plantear cambios de acuerdo a sus necesidades o requerimientos. Para el análisis del microambiente del presente proyecto, se involucra las cinco fuerzas del mercado, definido por Michael Porter:

La fuerza competitiva o las fuerzas competitivas más fuertes determinan la rentabilidad de un sector y se transforman en los elementos más importantes de la elaboración de la estrategia. La fuerza más relevante, sin embargo, no siempre es obvia (Porter E., 2008, págs. 2-3).

1. Poder de negociación de los proveedores.

“Los proveedores poderosos, incluyendo los proveedores de mano de obra, son capaces de extraer rentabilidad de una industria que es incapaz de transferir los costos a sus propios precios”. (Porter E., 2008, pág. 6).

Tabla N° 25 Poder de negociación de los proveedores.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES			
OPCIONES	ALTO (+)	MEDIO	BAJO (-)
Obtener ofertas de los proveedores de la materia prima			X
Conseguir utensilios resistentes		X	
Contactar proveedores de las diferentes frutas		X	
Obtener precios económicos de las materias primas	X		
Tener el espacio necesario para la materia prima		X	

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Análisis.- Existen varios proveedores con la materia prima para la elaboración del helado, en cuanto a frutas, pero se realizará alianzas con las asociaciones frutícolas de las parroquias de Ambato, como de la empresa productora de pulpas como PLANHOFA.

2. Rivalidad entre competidores

La rivalidad entre los competidores existentes adopta muchas formas familiares, incluyendo descuentos de precios, lanzamientos de nuevos productos, campañas publicitarias, y mejoramiento del servicio. Un alto grado de rivalidad limita la rentabilidad del sector.. (Porter E., 2008, pág. 8).

Tabla N° 26 Rivalidad entre competidores.

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES			
OPCIONES	ALTO (+)	MEDIO	BAJO (-)
Innovación en nuevos sabores de helados	X		
Diversificación en la presentación del helado	X		
Producir helados con nuevas tendencias	X		
Ofertar un precio accesible para el cliente	X		
Vender el helado en tiendas, ferias, mercados, supermercados para el cliente deguste del mismo.		X	

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Análisis.- La rivalidad es alta ya que existen algunos productos similares, pero éste helado es diferente, es producido específicamente para las personas que padecen de diabetes, endulzado con el azúcar reconocido en el mercado como es la stevia. Además, puede adquirirlo todas y cada una de las personas que cuidan de sus salud, debido a su bajo contenido calórico y en la presentación de cuatro sabores.

3. Poder de negociación de los compradores

Los clientes poderosos –el lado inverso de los proveedores poderosos– son capaces de capturar más valor si obligan a que los precios bajen, exigen mejor calidad o mejores servicios (lo que incrementa los costos) y, por lo general, hacen que los participantes del sector se enfrenten; todo esto en perjuicio de la rentabilidad del sector. (Porter E., 2008, pág. 6).

Tabla N° 27 Poder de negociación de los clientes.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES			
OPCIONES	ALTO (+)	MEDIO	BAJO (-)
Ventas al por mayor	X		
Precios Accesibles para los clientes		X	
Impulso al consumo de los sabores que el diabético puede degustar como son: mora, frutilla, aguacate y durazno.	X		
Realizar ofertas en temporadas que se celebra el Día Mundial de la Diabetes.		X	
Encontrarse en un lugar accesible para los clientes para ofertar los helados.	X		

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Análisis.- Esta fuerza es muy importante porque tiene un alto nivel de negociación, debido a que cuenta con sabores que el diabético puede degustar como son: mora, frutilla, aguacate y durazno. Se pretende obtener un precio al consumidor accesible y ser partícipes en ferias que involucren el emprendimiento y el cuidado de la salud. De la misma forma, ser parte de las ofertas por el Día Mundial de la Diabetes.

4. Poder de negociación de los nuevos competidores

Los nuevos entrantes en un sector introducen nuevas capacidades y un deseo de adquirir participación de mercado, lo que ejerce presión sobre los precios, costos y la tasa de inversión necesaria para competir. (Porter E., 2008, pág. 3).

Tabla N° 28 Amenaza de Nuevos Competidores

AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES			
OPCIONES	ALTO (+)	MEDIO	BAJO (-)
Mejorar los procesos de producción.	X		
Mejorar la presentación del producto	X		
Mantener el endulzante stevia en los helados	X		
Obtener un precio acorde al mercado competitivo		X	
Establecerse dentro de un sector comercial.	X		

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Análisis.- La amenaza de nuevos competidores es fuerte, pero la ventaja competitiva es que el helado contiene un endulzante como es la stevia; además, la idea es innovar en su presentación, sabores y claro buscar la diversificación del producto en lo que se refiere al alcance de los consumidores, formulando estrategias que permita hacer frente a los competidores, alternando nuevos canales de distribución.

5. Poder de negociación de los productos sustitutos

Un sustituto cumple la misma función –o una similar– que el producto de un sector mediante formas distintas. La amenaza de la sustitución ocurre más abajo en la cadena o es indirecta, cuando un sustituto reemplaza el producto de un sector comprador. (Porter E., 2008, pág. 7).

Tabla N° 29 Amenaza de Nuevos Sustitutos.

AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS			
OPCIONES	ALTO (+)	MEDIO	BAJO (-)
Ampliar en la diversificación de los sabores.	X		
Innovar constantemente la presentación del producto	X		
Insertar sabores de diferentes granos o de tubérculos	X		
Análisis de la competencia		X	
Mejorar continuamente el servicio al cliente.	X		

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Análisis.- Los helados artesanales “Glucemia Ice Crean” se establece como un producto sustituto a los tradicionales helados, debido a que su endulzantes es la stevia que permite el consumo de las personas que padecen de diabetes, como de las personas que cuidan su línea calórica al momento de consumir algún alimento.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

Tabla N° 30 Evaluación de las Cinco Fuerzas de Porter

FUERZAS DE PORTER			
OPCIONES	ALTO (+)	MEDIO	BAJO (-)
Poder de negociación de los proveedores	1	3	1
Rivalidad entre competidores	4	1	
Poder de negociación de los clientes	3	2	
Amenaza de nuevos competidores	4	1	
Amenazas de productos sustitutos	4	1	
TOTAL	16	8	1

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Análisis.- Las fuerzas de Porter tiene como objeto realizar estrategias competitivas y posicionar a la empresa en un entorno mayor, y de esta manera poder alinearse a las nuevas ventajas competitivas que el mercado actual exige, también salir de las amenazas de sustitutos; logrando que estas fuerzas puede alcanzar con el objetivo general y específico del presente proyecto. De las misma manera, se logra que sepan identificar las fortalezas y debilidades que tiene para innovar el producto buscado calidad, sabor y buen precio.

MATRIZ DEL DISEÑO DE ESTRATEGIAS CON LAS CINCO FUERZAS DEL MERCADO

Tabla N° 31 Estrategias de las Cinco Fuerzas de Porter.

N°	FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO	DISEÑO DE ESTRATEGIAS CON LAS CINCO FUERZAS DEL MERCADO				
		Amenaza de los nuevos competidores	Rivalidad entre competidores	Poder de negociación de los proveedores	Poder de negociación de los clientes	Amenaza de producto sustitutos
1	Calidad del producto	Realizar un eficiente proceso de producción de los helados.	Innovación en nuevos sabores de helados con diferentes frutas.	Buscar diferentes ofertas de materias primas a través de los proveedores	Aceptación de los helados por su contenido nutricional.	Ampliar en la diversificación de los sabores.
2	Presentación del producto	Innovar frecuentemente la presentación del producto.	El diseño del empaque debe ser atractivo al consumidor.	Obtener la materia prima de calidad.	Realizar publicidad por las redes sociales y otros medios de comunicación.	Ofrecer una variedad de alternativas de consumo en postres y bebidas
3	Diversificación de sabores	Mantener el endulzante stevia en	Producir helados con nuevas	Contactar con proveedores de la	Impulsar a la ciudadanía al	Insertar sabores de diferentes

		los helados	tendencias en las formas o diseños.	localidad.	consumo de los helados bajo en calorías.	granos o de tubérculos
4	Precio del producto	Obtener un precio acorde al mercado competitivo	Ofertar un precio accesible para el cliente.	Costear diferentes proformas de las materias primas.	Realizar ofertas en temporadas de baja demanda de helados.	Analizar los precios de la competencia
5	Ubicación geográfica	Establecerse dentro de un sector comercial.	Diseñar áreas para que el cliente deguste del helado.	Diseñar los espacios adecuados para la conservación de materia prima.	Brindar seguridad al cliente mientras realiza la compra de los helados.	Otorgar un servicio eficiente al cliente.

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

1.3.2 Análisis del macroambiente

El análisis del macroambiente se refiere a todas y cada una de las fuerzas por la que una empresa no puede ejercer es difícil tomar control de la misma, son aspectos que se limitan a las condiciones de los factores de la sociedad, sean económicos, políticos, legales, entre otros. Por lo que a continuación se realiza un análisis exhaustivo de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, es decir, un análisis FODA.

Tabla N° 32 Matriz de evaluación factores internos (EFI)

FACTORES INTERNOS					
N°	FORTALEZAS	PESO	CALIFICACIÓN (Máx. 3 - Mín. 1)	VALOR PONDERAD	%
1	Helado endulzado con stevia.	0,23	3	0,69	29,36%
2	Personal capacitado	0,10	2	0,20	8,51%
3	Experiencia en la elaboración de helados	0,07	2	0,14	5,96%
4	Ubicación estratégica de la empresa	0,06	2	0,12	5,11%
5	Producto innovador	0,23	3	0,69	29,36%
TOTAL PONDERADO FORTALEZAS		0,69		1,84	78,30%
N°	DEBILIDADES	PESO	CALIFICACIÓN (Máx. 2 - Mín. 1)	VALOR PONDERAD	%
1	Ineficiente maquinaria para la homogenización	0,04	1	0,04	1,70%
2	Baja producción de helados en épocas de frío	0,05	2	0,10	4,26%
3	Presentación únicamente en paletas	0,05	2	0,10	4,26%
4	Producción de helados de cuatro sabores	0,10	2	0,20	8,51%
5	Segmento de mercado diabético	0,07	1	0,07	2,98%
TOTAL PONDERADO DEBILIDADES		0,31		0,51	21,70%
TOTAL		1,00		2,35	100%

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Análisis: Los factores internos analizados como son las fortalezas se obtienen un valor ponderad de 1,84 puntos que representa el 78,30% y en la valoración de las debilidades se alcanza un valor ponderado de 0,51 puntos y tan sólo un 21,70%. La fortaleza con mayor puntaje y relevancia es que el helado es endulzado con stevia con un porcentaje del 29,36%. Y la debilidad que se va a contrarrestar es que en sólo existe la producción de helados de cuatro sabores y esta alcanza el 8,51%.

Tabla N° 33 Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

FACTORES EXTERNOS					
N°	OPORTUNIDADES	PESO	CALIFICACIÓN (Máx. 4 - Mín. 1)	VALOR PONDERAD	%
1	Propuestas de negocio para distribuir	0,12	4	0,48	15,19%
2	Competidores con un producto y servicio deficiente	0,08	3	0,24	7,59%
3	Apertura de nuevos mercados	0,10	4	0,40	12,66%
4	Acceso a nuevas tecnologías	0,12	3	0,36	11,39%
5	Apoyo del gobierno a los emprendimientos.	0,04	2	0,08	2,53%
TOTAL PONDERADO OPORTUNIDADES		0,46		1,56	49,37%
N°	AMENAZAS	PESO	CALIFICACIÓN (Máx. 4 - Mín. 1)	VALOR PONDERAD	%
1	Factor externo con el clima	0,08	3	0,24	7,59%
2	Agresiva publicidad de la competencia	0,06	2	0,12	3,80%
3	Incremento en los costos de las materia primas	0,12	4	0,48	15,19%
4	Inestabilidad económica y política del país	0,20	3	0,60	18,99%
5	Incremento a aranceles a la importación de maquinas	0,08	2	0,16	5,06%
TOTAL PONDERADO AMENAZAS		0,54		1,60	50,63%
TOTAL		1,00		3,16	100%

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Análisis: Los factores externos como son las oportunidades y amenazas. El 49,37% le pertenece a la evaluación de la ponderación de las oportunidades, el 15,19% es una oportunidad de negocio de distribuir los helados. El 50,63% pertenece a las amenazas con el 18,99% que se debe contrarrestar y se trata de la inestabilidad económica y política del país.

Tabla N° 34 Matriz de Posición Competitiva (MPC)

N°	FACTORES CRITICOS DE ÉXITO	PES	HELADO "GLUCEMIA ICE CREAM"			HELADO "MICKY MOUSE"			"HELADO OASIS" (Sector Sur)		
			CALIFICACIÓN (Máx. 4 - Mín. 1)	PESO PONDERADO	%	CALF.	PESO PONDERADO	%	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO	%
1	Calidad del producto	0,50	4	2,00	54,05%	4	2,00	57,14%	3	1,50	48,39%
2	Presentación del producto	0,11	4	0,44	11,89%	3	0,33	9,43%	3	0,33	10,65%
3	Diversificación de sabores	0,09	4	0,36	9,73%	3	0,27	7,71%	3	0,27	8,71%
4	Precio del producto	0,20	3	0,60	16,22%	3	0,60	17,14%	3	0,60	19,35%
5	Ubicación geográfica	0,10	3	0,30	8,11%	3	0,30	8,57%	4	0,40	12,90%
TOTAL FACTORES DE ÉXITO		1,00	1,00		3,70	100%		3,50	100%		3,10

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Análisis.- Se realiza el análisis de los factores críticos de éxito y en esta matriz de posición competitiva, se describe que el helado “Glucemia Ice Cream” alcanza la mejor posición frente a los helados “Micky Mouse” y “Oasis”. Es decir, el logro de posicionamiento se debe a que en el producto hay calidad, presentación, precio, diversificación de sabores, entre otros.

Tabla N° 35 Matriz mejorada

N°	FACTORES CRITICOS DE ÉXITO	PESO	HELADO "GLUCEMIA ICE CREAM"			HELADO "MICKOS"			"HELADO OASIS" (Sector Sur)		
			CALIFICACIÓN (Máx. 4 - Mín. 1)	PESO PONDERADO	%	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO	%	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO	%
1	Calidad del producto	0,50	4	2,00	54,05%	4	2,00	57,14%	3	1,50	48,39%
2	Presentación del producto	0,11	4	0,44	11,89%	3	0,33	9,43%	3	0,33	10,65%
3	Diversificación de sabores	0,09	4	0,36	9,73%	3	0,27	7,71%	3	0,27	8,71%
4	Precio del producto	0,20	3	0,60	16,22%	3	0,60	17,14%	3	0,60	19,35%
5	Ubicación geográfica	0,10	3	0,30	8,11%	3	0,30	8,57%	4	0,40	12,90%
TOTAL FACTORES DE ÉXITO		1,00		3,70	100%		3,50	100%		3,10	100%

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Argumentar: Esta comparación permite realizarse con los helados que producen las heladerías denominadas “Mickos” ubicada en el sector de Cumchibamba, esta heladería tiene como principal actividad la elaboración de diferentes helados, con presentaciones en cono y palito. Adicionalmente, vende galletas, biscochos, pan de yuca, entre otros. Los helados de la heladería “Oasis” ubicada en el sector sur de la ciudad de Ambato, ciudadela “La Pradera” tienen una trayectoria de más de 30 años produciendo helados de paila y en la actualidad helados de crema con dos presentaciones de palito y en cono. Esta heladería como actividad complementaria vende tortas, barquillos y biscochos.

Glucemia “Ice Cream” se dedicará como actividad principal e inicial a la elaboración de helados de frutas endulzadas con stevia para el consumo de las personas diabéticas, al ser un proyecto inicial únicamente fabricará helados de cuatro sabores como son: mora, frutilla, aguacate y durazno que son frutas que estas personas si pueden consumir. En un futuro y a mayor demanda se producirá más variedad de sabores frutales y otras opciones en las que estas personas puedan consumir.

ESTRATEGIAS DESPUÉS DE LOS ANÁLISIS DE LAS MATRICES EFI, EFE, MPC.

- Una vez realizada la matriz, se puede identificar que la empresa tiene un valor mayoritarios al de sus competidores como son los helados tradiciones denominados Mickos y los helados Oasis.
- Para el helado “Glucemia Ice Cream” alcanza una ponderación de 3,70 por lo que, este valor implica que tiene una posición alta frente a la competencia; sin embargo, todos venden helados pero el que se presente a través de este emprendimiento es con una característica innovadora para el consumo de las personas diabéticas, lo que le hace establecerse frente a una posición altamente competitiva.
- Entre los helados de Mickos y de Glucemia Ice Cream , se obtiene como resultados similares, en cuanto se refiere a calidad del producto, presentación, diversificación de sabores, precio y ubicación geográfica, estableciéndose como una competencia permanente dentro del mercado de consumo de helados, pero la ventaja competitiva del helado “Glucemia Ice Cream” es que se dirige al consumo específico de las personas que padecen de diabetes y en el mercado de consumo de la ciudad de Ambato, lo que hace que este emprendimiento pueda superar la diversificación en este tipo de productos con una buena atención, logrando posicionarse dentro de este sector.

1.3.3 Proyección de la oferta

Se entiende como oferta: “Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. Además, en el mismo contexto se define Proyección de la Oferta:

Al igual que en la demanda, aquí es necesario hacer un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que de cada una de las terceras variables analizadas, como pueden ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. (Baca Urbina, 2010, pág. 56)

Al presentar un producto innovador y en base a la no aceptación que se refleja en la presentación de los resultados, el 30% de las personas que fueron encuestadas se encuentran ofertando que no están dispuestas en consumir helados endulzados con stevia. Por lo tanto, es una oportunidad para ofertar el consumo de helados para diabéticos dentro mercado actual, el mismo que busca opciones saludables. Además, en la frecuencia de consumo se realiza un análisis donde responden que el 25% corresponde a un consumo de una vez por semana, el 49% de las personas diabéticas respondieron que su frecuencia de consumo de helados sería de dos veces por semana y el 26% tres veces por semana será su frecuencia de consumo; por lo tanto, al obtener la información en las encuestas, se posibilita a que el emprendimiento tenga la aceptación en su oferta dentro de este segmento de mercado diabético y cuidado de la salud.

Para obtener los valores correspondientes de la demanda potencial se procede a tomar los porcentajes que arrojaron en la pregunta N°1 de la encuesta, donde el 30% de los encuestados que son las personas diabéticas responden que no están dispuestos en consumir estos helados, por lo que, se les considera como ofertantes de este producto dentro de este segmento de mercado. Es así que, éste porcentaje es considerado como un indicador para obtener la oferta potencial en personas que no están aptas al consumo del helado. Para la proyección de los helados se trabaja con la tasa de prevalencia de la diabetes en la zona 3 del Ecuador, dato que se obtiene en la fuente investigativa publicada en su última revista ENSANUT-ECU-2016- MSP/INEC que es del 1,8% para la proyección de los siguientes años:

OFERTA DE PERSONAS

Tabla N° 36 Datos para obtener la oferta en personas

OFERTA POR PERSONAS		
PREGUNTA DE LA ENCUESTA		
1.- ¿Le gustaría consumir helados artesanales endulzados con stevia?		
VARIABLES	DESCRIPCIÓN	VALOR
N	Total de la Población	2.007
NO	Oferta	30%
T.D.P.	Tasa de prevalencia de la diabetes en la Zona 3 del Ecuador 2016	1,80

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Tabla N° 37 Oferta Potencial de Personas

AÑO	OFERTA POTENCIAL DE PERSONAS
2016	602
2017	613
2018	624
2019	635
2020	647
2021	658

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Interpretación: De las 2.007 personas que padecen de diabetes, el 30% está ofertando el consumo del helado artesanal endulzado con stevia, es decir, que del total de la población de diabética de Ambato, son 602 personas ofertantes al año 2016, en el año 2017 la oferta potencial es de 613 personas y para el año 2021 es de 658 ofertantes.

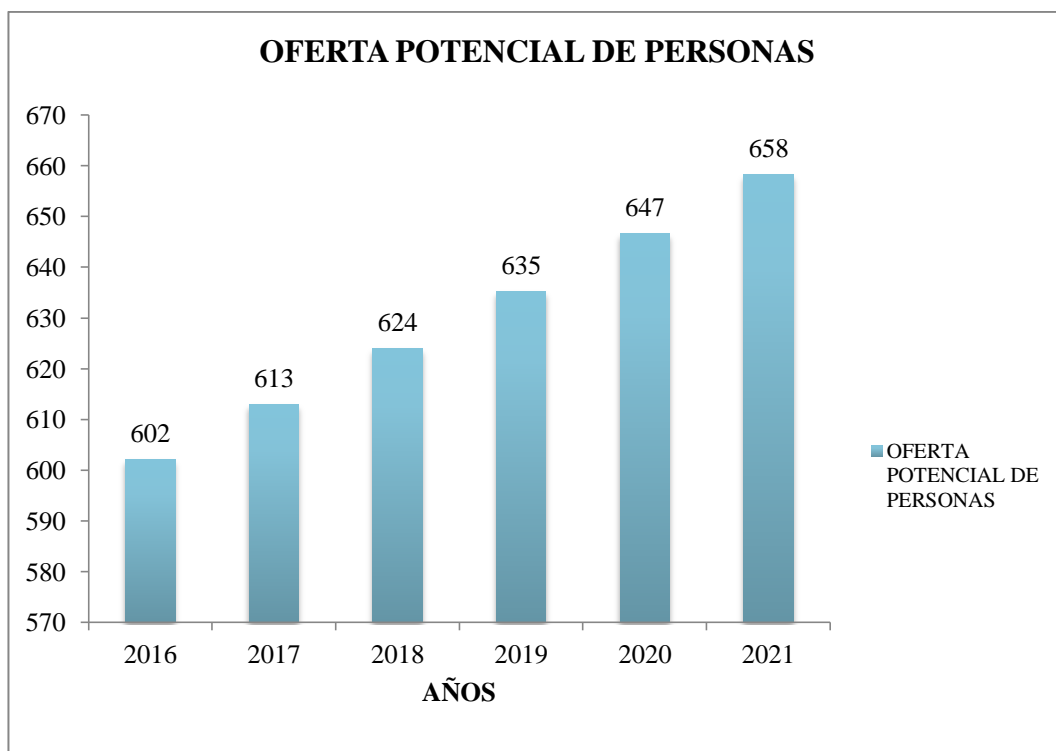


Gráfico N° 11 Oferta Potencial de Personas.
Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Conclusión: Para el año 2016 la oferta potencial de personas asciende a 602 personas, en el año 2017 es de 613 personas, mientras que para el año 2020 es de 647 ofertantes y para el año 2021 es de 658 personas que se consideran como ofertantes.

OFERTA POTENCIAL DE PRODUCTO

Para obtener la oferta potencial del producto se trabaja con la pregunta N° 3 de la encuesta, que dice: ¿Con qué frecuencia consumiría un helado artesanal con frutas naturales y endulzadas con stevia? Por lo que, se toma para el cálculo la población ofertante del año 2016 que es de 602 personas diabéticas que no están de acuerdo en consumir este tipo de helado. Para los cálculos se procede de la siguiente forma:

- **Consumo de helados de una vez por semana:**

602 personas x 25% de la frecuencia de consumo = 151 ofertantes de helados que van a consumir al menos una vez por semana el helado.

- **Consumo de helados dos veces por semana:**

602 personas x 49% de la frecuencia de consumo = 295 ofertantes de helados que van a consumir al menos dos veces por semana el helado.

- **Consumo de helados tres veces por semana:**

602 personas x 26% de la frecuencia de consumo = 157 ofertantes de helados que van a consumir al menos tres veces por semana el helado.

Tabla N° 38 Cálculos para establecer la oferta potencial del producto

OFERTA DE PRODUCCIÓN DE HELADOS			
OPCIONES	%	OFERTANTES DE HELADOS	DEMANDA DE ROTACIÓN DE HELADOS EN LA SEMANA
1 vez por semana	25%	151	151
2 veces por semana	49%	295	590
3 veces por semana	26%	157	470
TOTAL	100%	602	1.210
PROMEDIO DE LA OFERTA		201	403

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación: La oferta del consumo de helados de una vez por semana es de 151 helados, si el consumo de helados es de dos veces por semana es de 295 y si el consumo de helados es de tres veces por semana es de 157 helados, estos valores se obtienen del resultado de la multiplicación de la frecuencia de consumo que han respondido las personas a las cuales se les aplicó la encuesta. La oferta de rotación de helados en la semana en promedio será de 403 helados.

Tabla N° 39 Oferta de Producción de Helados

OFERTA DE PRODUCCIÓN PROMEDIO DE HELADOS	
Diario	81
Semanal	403
Mensual	1.613
Anual	19.360
Demanda diaria - oferta diaria	188 – 81 = 108

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Interpretación: La oferta de producción promedio de helados es de 81 helados diarios, semanal de 403 unidades, en el mes se ofertará de 1.613 helados y en el año de 19.380 helados. El resultado de restar la demanda diaria y la oferta diaria es de 108 unidades que se deberá producir en el día para cubrir la demanda potencial insatisfecha.

Tabla N° 40 Oferta Potencial de Producto

AÑO	OFERTA POTENCIAL DE PRODUCTOS
2016	19.360
2017	19.709
2018	20.064
2019	20.425
2020	20.792
2021	21.167
Tasa de prevalencia de la diabetes en la Zona 3 del Ecuador	1,80

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Interpretación: En el año 2016 la oferta potencial de productos es de 19.360 helados en el año, en el 2018 es de 20.064 unidades, mientras que en el año 2021 es de 21.167 helados que se ofertará.

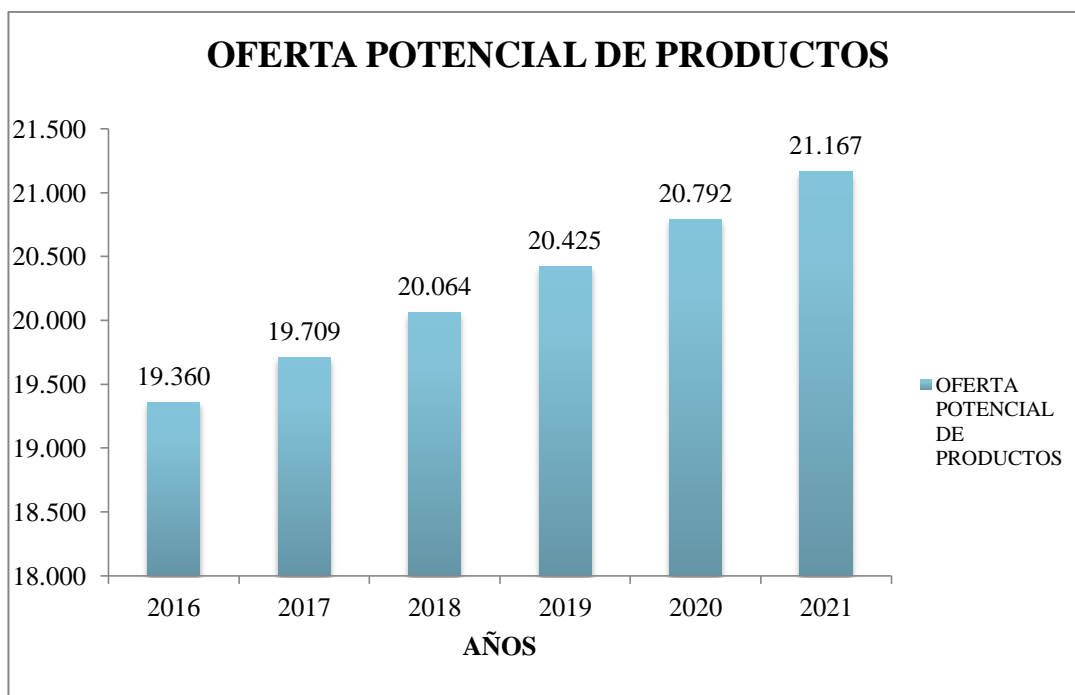


Gráfico N° 12 Oferta Potencial de Productos

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Interpretación.- La oferta potencial anual en producto para el año 2016 asciende a 19.360 helados, sea que la frecuencia o rotación de consumo sea de una, dos o tres veces a la semana; también, en el año 2019 la cantidad de producto es de 20.425 helados, mientras que para el año 2021 alcanza la cantidad de 21.167 helados en su oferta.

1.4 Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha según el autor Baca dice: “Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”. (Baca Urbina, 2010, pág. 82).

Para el presente proyecto se establece dos clases de demanda potencial insatisfecha, la una es de personas y la otra de producto. En este punto se establece lo que aún el mercado no ha cubierto las necesidades de los clientes como es el ejemplo de los helados artesanales elaborado específicamente para las personas diabéticas.

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA DE PERSONAS

Tabla N° 41 Demanda potencial insatisfecha de personas

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA DE PERSONAS			
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI/AÑO
2016	1.405	602	803
2017	1.430	613	817
2018	1.456	624	832
2019	1.482	635	847
2020	1.509	647	862
2021	1.536	658	878

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Interpretación: La demanda potencial insatisfecha de personas para el año 2016 es de 803 personas en el año, en el año 2017 es de 817 personas, mientras que en el año 2019 será de 847 personas que se consideran con la demanda potencial insatisfecha y para el año 2021 es de 878 personas.

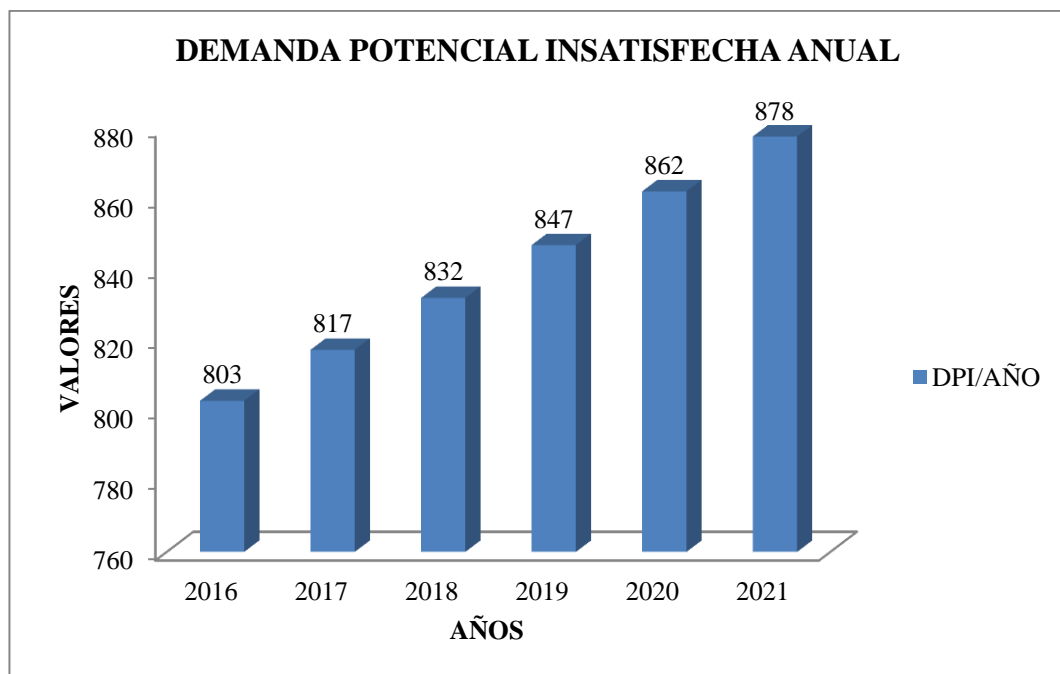


Gráfico N° 13 Demanda Potencial Insatisfecha Anual (Personas).

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Interpretación: La demanda potencial insatisfecha anual de personas para el año 2016 es de 803 personas que padecen de diabetes, para el 2020 es de 862 personas y para el año 2021 asciende a 878 personas que aún no ha sido cubierta sus necesidades en la degustación de los helados. Por lo tanto, la emprendedora deberá cubrir este mercado de personas diabéticas que están gustosas de saborear helados en base de frutas naturales.

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA DE PRODUCTO

Tabla N° 42 Demanda potencial insatisfecha de producto

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA DE PRODUCTO				
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI/AÑO	DPI/DÍA
2016	45.185	19.360	25.824	72
2017	45.998	19.709	26.289	73
2018	46.826	20.064	26.763	74
2019	47.669	20.425	27.244	76
2020	48.527	20.792	27.735	77
2021	49.400	21.167	28.234	78

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Interpretación: La demanda potencial insatisfecha de producto en el año es de 25.824 helados, y en el día de 72 helados; para el año 2017 es de 26.289 helados como demanda potencial insatisfecha de producto, en el día de 73 helados y finalmente para el año 2021 es de 28.234 unidades que se deberá cubrir este mercado de helados y en el día de 78 helados.

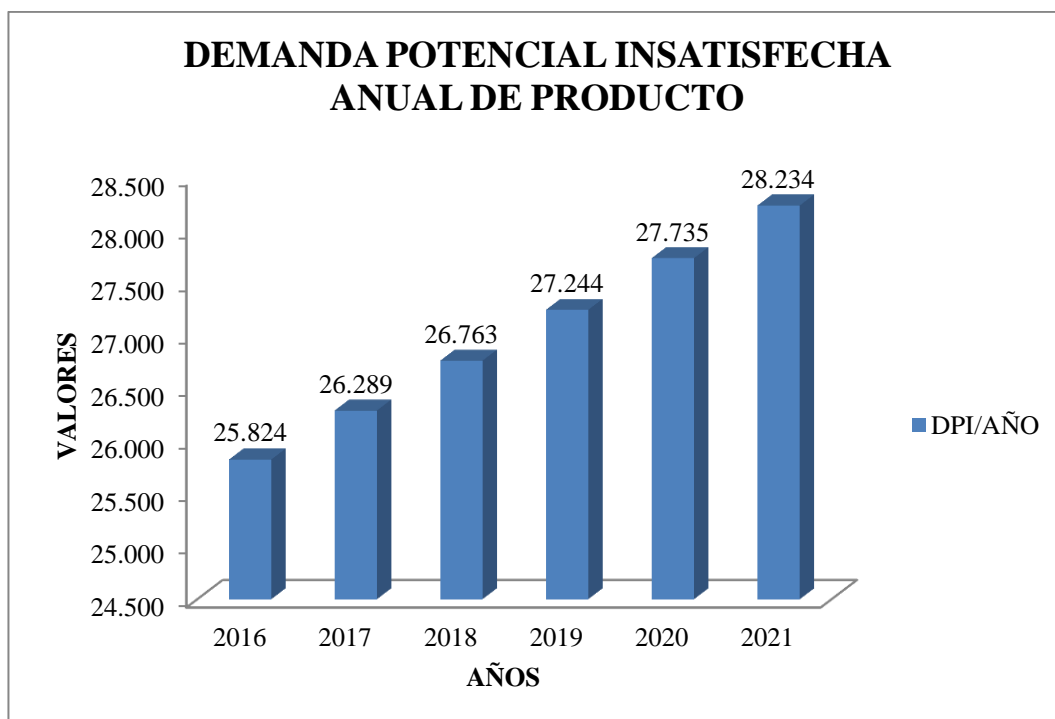


Gráfico N° 14 Demanda Potencial Insatisfecha Anual (Producto).

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Interpretación: La demanda potencial insatisfecha anual del producto para el año 2016 es de 25.824 helados sea la rotación de consumo de una, dos o tres veces por semana, mientras pasan los años la cantidad de producción asciende a 27.735 helados en el año 2020 y para el año 2021 asciende a 28.234 helados artesanales endulzado con stevia.

1.5 Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación).

Promoción

“Las promociones de ventas incluyen tanto las promociones comerciales como las de ventas (éstas últimas están dirigidas a los usuarios finales o consumidores de los bienes y servicios y las promociones comerciales dirigida a los distribuidores y minoristas)” (Clow & Baack, 2010, pág. 123).

Publicidad

“La publicidad es colocar el nombre de marca en los conjuntos evocados de los consumidores. El consumidor debe ver el nombre de marca con frecuencia en tanto lugares como sea posible” (Clow & Baack, 2010, pág. 84).

Estrategias de promoción y publicidad

- Establecer una campaña eficiente de la promoción y publicidad de los helados "Glucemia Ice Cream", a través de las redes sociales, porque es la nueva forma y oportunidad de crecer en ventas.
- Realizar promociones que incentiven al consumo de los helados a través de promociones que establezca la emprendedora
- Participar en cada feria artesanal, de emprendimiento, fiestas cantonales, parroquiales para dar a conocer sobre los helados que pueden consumir las personas con diabetes.

Para el diseño del logotipo se inspiró en una imagen del glucómetro, las hojas de stevia, las cuatro frutas como son: mora, frutilla, aguacate y durazno. El diseño del helado será en una forma similar a un glucómetro, en su interior se insertará la paleta, la misma que tendrá una insignia para identificar el producto y al final se envasará dentro de la funda de plástico que cubrirá todo el helado, en la misma estará impresa toda la información nutricional y publicitaria.

Tabla N° 43 Descripción del logotipo de “Glucemia Ice Cream”

DESCRIPCIÓN DEL LOGOTIPO			
GLUCÓMETRO	PALETA VERDE	STEVIA	FRUTAS
El helado será elaborado en forma de un	El color verde significa relajación,	La stevia es un arbusto con abundantes hojas	Los helados serán elaborados en cuatro sabores

<p>glucómetro, éste es un instrumento de medida que permite conocer inmediatamente los niveles de azúcar en la sangre.</p> <p>Por lo tanto, el helado será de esta forma, es decir, ovalado.</p>	<p>frescura, también son muy ricos en vitaminas C y K, potasio e incitan al consumo de una alimentación sana y balanceada.</p>	<p>que se utilizan para endulzar bebidas, batidos y helados. Es también conocida como hierba dulce.</p> <p>Éste endulzante proporciona cero calorías, es diurético y pueden consumir las personas que padecen este tipo de enfermedad.</p>	<p>frutales, como son: mora, frutilla, aguacate y durazno, que son frutas que los diabéticos deben consumir en grandes proporciones para beneficiar su salud.</p>
--	--	--	---

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).



Gráfico N° 15 Logotipo

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Justificación:

- Letra: Time New Román 12
- El color verde representa salud, la vitalidad de la naturaleza creada en un diseño para el emprendimiento de un negocio.
- El logo se encuentra con las hojas de stevia, otorgándole uniformidad y colorido.
- Las frutas naturales que va ser utilizadas para la elaboración del helado en los cuatro sabores.
- Las hojas de Stevia como su principal ingrediente para el endulzamiento del helado.
- El segmento del producto es el cuidado de la salud, colores frescos y relevantes que no causan un mal impacto visual.

En el presente proyecto, se ha establecido un listado de canales de comunicación para promover éste emprendimiento a través de la promoción y publicidad, entre ellas: redes sociales, prensa escrita en ocasiones especiales, radio y volantes o afiches, página web que den a conocer los helados artesanales “Glucemia Ice Cream”.

Tabla N° 44 Canales de Comunicación.

CANALES DE COMUNICACIÓN						
Objetivo Estratégico:	Buscar y proporcionar la mayor participación del producto en el mercado con los índices de satisfacción del cliente.					
Objetivo Específico:	Describir las estrategias de promoción y publicidad a ejecutarse en el presente plan de negocios. Identificar los canales adecuados para dar a conocer el producto.					
Estrategias	Actividades	Periodo de Tiempo	Horarios	Recursos	Responsable	Presupuesto
Aplicación del Marketing Digital	Diseño de la página web	Enero a Diciembre	Todos los días se actualizara.	Tecnológico	Gerente	\$ 670
	Creación de un Blog			Tecnológico	Gerente	
	Desarrollo de una Fan Page			Tecnológico	Gerente	
	Realización de Banners y microperforados	Dos veces al año	al inicio del año y el otro al finalizar el año	Humanos	Gerente	
Desarrollo de publicidad y promoción en los Medios de Comunicación	Colocación de cuñas comerciales en las radios con mayor aceptación	Dos veces al año	08:00 a 11:00 am	Humanos	Gerente	\$ 370
	Promoción de los helados en el segmento TV Hogar de Unimax televisión	Dos veces al año	11:00 a 11.30 am	Tecnológico Humanos	Gerente	

	Participación en las ferias de emprendimiento del Gobierno Provincial de Tungurahua, GAD Municipalidad de Ambato, Ministerio de Salud, MIES, entre otras organizaciones públicas y privadas.	Cuatro veces al año	Se establecerá de acuerdo a los horarios programado por la institución	Humanos	Gerente Ayudantes	
	Publicidad en la prensa escrita en fechas especiales: Como el día mundial de la Diabetes	Dos veces al año	" El Heraldo" en Noviembre	Humanos	Gerente	
	Impresión de tarjetas de presentación y flayers con la información de los helados de "Glucemia Ice Cream"	Enero a Diciembre		Tecnológico	Gerente	
TOTAL						\$ 1.040

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

1.6. Sistema de distribución a utilizar. (Canales de Distribución).

Para el emprendimiento se realizará dos canales de distribución

PRODUCTOR – CONSUMIDOR FINAL

El productor es considerado como el que elabora los helados, conocido también como el fabricante, es decir, desde el centro de producción hasta al consumidor final que son las personas que padecen de diabetes en la ciudad Ambato



Gráfico N° 16 Canal de Distribución N° 1

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

PRODUCTOR – INTERMEDIARIO – CONSUMIDOR FINAL.

El canal de distribución a emplear es del productor o fabricante de los helados, es decir desde el lugar de la producción, mercados o ferias, que son conocidos como los vendedores informales, hasta llegar al consumidor final que son las personas que padecen de diabetes en la ciudad Ambato.



Gráfico N° 17 Canal de Distribución N° 2

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

1.7 Seguimiento de clientes

Es importante el seguimiento de los clientes, el mismo que permitirá conocer si los mismos están conformes con el producto, en cuanto a calidad, precio, promoción, sabor, endulzado, entre otras características.

Tabla N° 45 Ficha para seguimiento a clientes

SEGUIMIENTO DE CLIENTES							
CODIGO	NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	CORREO ELECTRÓNICO	TIPO DE CLIENTE		
					ACTUAL	ANTERIOR	POTENCIAL
AP01	Cazares Jimmy	Ficoa	998713798	jimmycazares@gmail.com	X		
CN02	Coronel Nancy	Centro	32842576	<u>nancycoronel@gmail.com</u>		X	
DS03	Díaz Santiago	Atocha	32821289	<u>santiagodiaz@hotmail.com</u>			X
EJ04	Jiménez Eli	Izamba	998578685	Elizabethjimenez@yahoo.es	X		

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

1.8 Especificar mercados alternativos

Para entender qué es el mercado alternativo, se describe así:

Un mercado alternativo local puede ser entendido como: el espacio, la situación o el contexto en el cual se lleva a cabo el intercambio, la venta y la compra de bienes, servicios o mercancías que provienen de métodos de producción alternativos a lo convencional y/o con valores de equidad y solidaridad. ((Andrade, 2005, pág. 13).

Tabla N° 46 Mercado y productos alternativos de los helados.

MERCADO ALTERNATIVO	PRODUCTO ALTERNATIVO	DESCRIPCIÓN
El mercado alternativo puede ser la ciudad de Guayaquil y Quito, porque son las ciudades con un índice mayor de personas que padecen de diabetes.	Postres	Son productos que contienen un alto nivel calórico, pero también están elaborados con alto contenido de fruta, agua, los mismos que permiten rehidratar el cuerpo de una forma sana, ya que la cantidad de vitaminas y nutrientes que contienen es casi infinita
	Jugos	
	Milkshake	
	Smoothies	
	Granizado	

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

CAPÍTULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

2.1.1 Descripción del proceso de transformación del bien o servicio

A continuación se describe los pasos del proceso de producción de helados artesanales:

1.- Proceso teórico (pasos para la elaboración del helado artesanal).

En el proceso de transformación de los helados artesanales, se empieza desde el ingreso de los insumos, seguidamente la compra de los suministros o materiales para pasar al proceso de producción o elaboración, hasta obtener el producto final que los helados en sabores de mora, frutilla, aguacate y durazno, cada producto se encontrará en su empaque respectivo. En la primera etapa del proceso de producción se detalla en una tabla toda la información sobre los ingredientes, cantidades, tiempos entre otras características; finalmente, se elabora el flujo grama de las principales actividades.

Primera etapa: Compra y Almacenamiento de los insumos. (60 minutos).

Los insumos para la elaboración de los helados artesanales se adquieren de productores de fruta de las parroquias de Ambato, la fruta deberá ser supervisada que este en buen estado por parte de la persona responsable. Los proveedores de la mora y frutilla serán las personas que siembran y cosechan como son de las parroquias de Huachi Grande, Huachi La Libertad, como los cantones de Cevallos y Tisaleo. El aguacate y durazno se proveerá desde el cantón Patate, otro proveedor de durazno será la parroquia de Unamuncho e Izamba. El proveedor de la leche descremada será la empresa reconocida como “Productos el Ranchito”

porque ésta realiza los respectivos procesos de pasteurización, las claras de huevos deberán ser bien batidas porque estas hacen del helado una textura cremosa o espesa y para todo el proceso se hará uso del endulzante stevia, el mismo que se adquirirá en los diferentes supermercados de la ciudad, éste se empleará en todo el proceso del helado. Finalmente, la persona responsable realizará el listado de insumos para su respectiva adquisición y almacenamiento.

Tabla N° 47 Insumos para la elaboración de 108 helados artesanales.

INSUMOS PARA LA ELABORACIÓN DE 108 HELADOS PARA DIABÉTICOS		
CANTIDAD	UNID. MEDIDA	INGREDIENTES
10.000	mililitros	Leche descremada
12.000	gramos	Frutilla
420	gramos	Clara de huevo
11.500	gramos	Stevia
3.000	mililitros	Agua

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Segunda etapa: Proceso de elaboración del helado artesanal. (19 minutos)

Una vez realizada la compra y almacenamiento de los insumos, se procede a seleccionar la fruta para ser despojada de las impurezas e inmediatamente ser lavada para continuar con su proceso, en esta actividad se emplea 10 minutos, después las claras de huevo deben ser bien batidas hasta obtener una textura cremosa, para lo que se empleará la batidora industrial a velocidad media, la actividad toma un tiempo de 4 minutos, para finalizar se combinan todos los ingredientes incluyendo el endulzante stevia y batir hasta obtener una forma espesante, esta actividad final tomará un tiempo aproximado de 5 minutos.

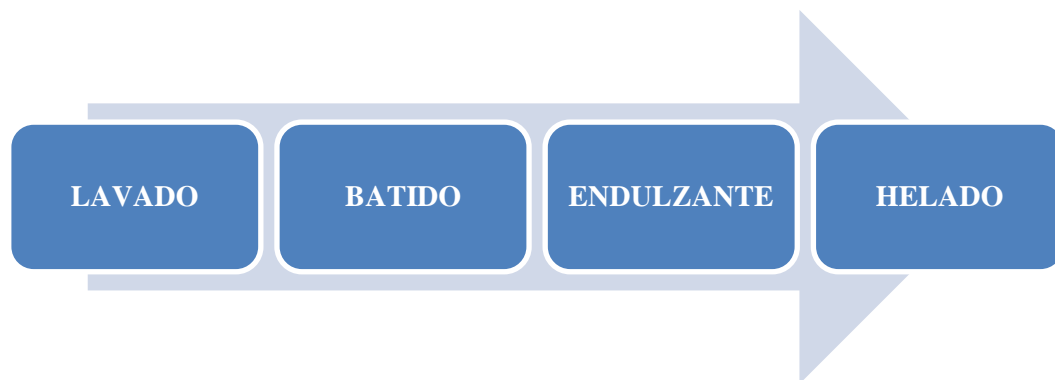


Gráfico N° 18 Diagrama del proceso de producción.

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Tercera etapa: Envasado y congelamiento. (80 minutos)

Después de obtener la contextura deseada, se procede a colocar en los respectivos moldes hasta la mitad del contenido, inmediatamente los trozos de fruta picada y agregar la mezcla hasta que cubra todo el molde del helado, en esta actividad se empleará un tiempo de 67 minutos (por cada envasado de helado se maneja 35 segundos de tiempo). Una vez, que se finaliza el paso anterior se procede a refrigerar en un congelador a una temperatura entre -10° a -12° por el tiempo de tres horas; sin embargo, la actividad de llevar los helados al congelador y ordenarlos en el mismo, se demora un tiempo de 13 minutos.

Cuarta etapa: Empaque de los helados artesanales. (48 minutos).

Después de que haya transcurrido las tres horas de congelamiento, se procede a desprender de los moldes con agua caliente, esta actividad se tarda 29 minutos (por cada desprendimiento del helado se utilizará 15 segundos) para ser puestos dentro del empaque y el sellado respectivo, esta actividad dura 19 minutos. (Por cada helado se emplea 10 segundos de tiempo).

Quinta etapa: Almacenamiento para la distribución y venta del producto. (8 minutos)

Finalmente, los helados son ubicados por sus diversos sabores dentro de unas canastas plásticas y puestos el congelador, para la respectiva distribución o venta, en realizar esta actividad se emplea 8 minutos del tiempo.

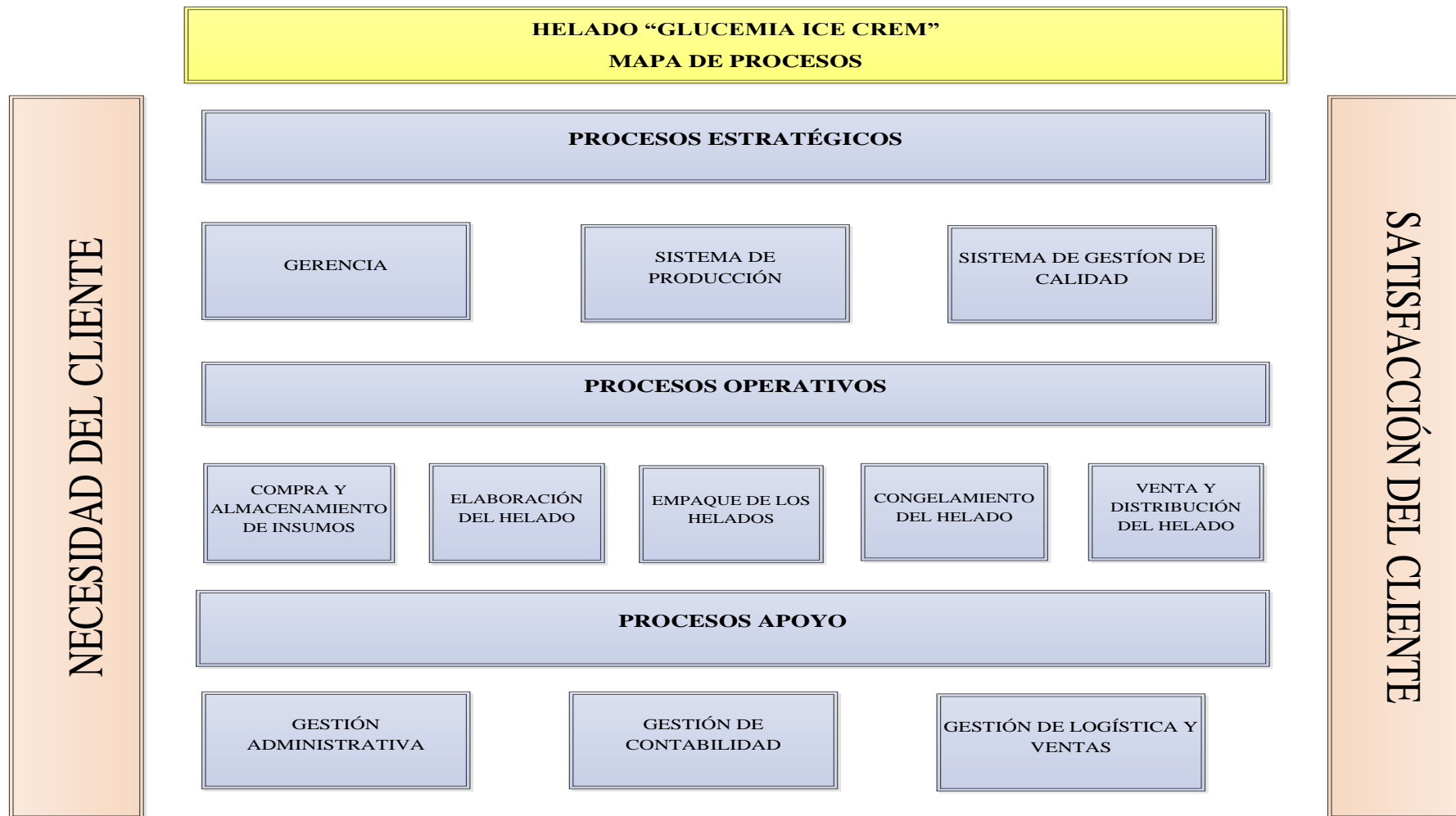
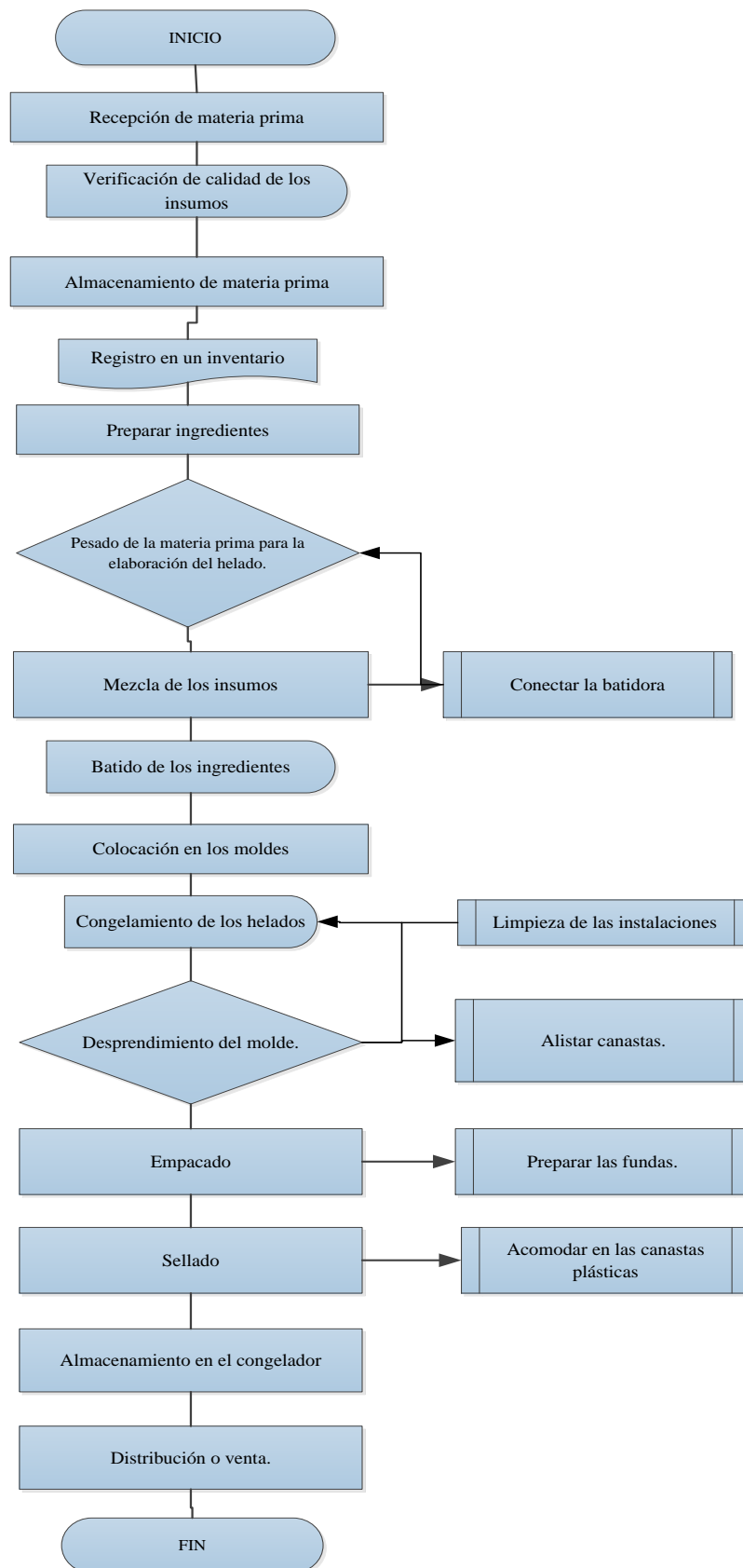


Gráfico N° 19 Mapa de Procesos
Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Tabla N° 48 Descripción de las actividades del proceso de producción.

N°	Actividades	Subactividades	Tiempo (minutos)	Figura
0	Inicio		0	
1	Recepción de materia prima		5	Actividad
2	Verificación de calidad de los insumos		10	Demora
3	Almacenamiento de materia prima		8	Actividad
4	Registro en un inventario		7	Documento
5	Preparar ingredientes		7	Actividad
6	Pesado de la materia prima para la elaboración del helado.		9	Decisión
7	Mezcla de los insumos	Conectar la batidora	6	Actividad
8	Batido de los ingredientes		9	Demora
9	Colocación en los moldes		67	Actividad
10	Congelamiento de los helados		103	Demora
11	Desprendimiento del molde.	Alistar canastas.	29	Decisión
12	Empacado	Preparar las fundas.	10	Actividad
13	Sellado	Acomodar en las canastas plásticas	9	Actividad
14	Almacenamiento en el congelador		8	Actividad
15	Distribución o venta.		7	Actividad
0	Fin		0	
Total			294 minutos	

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).



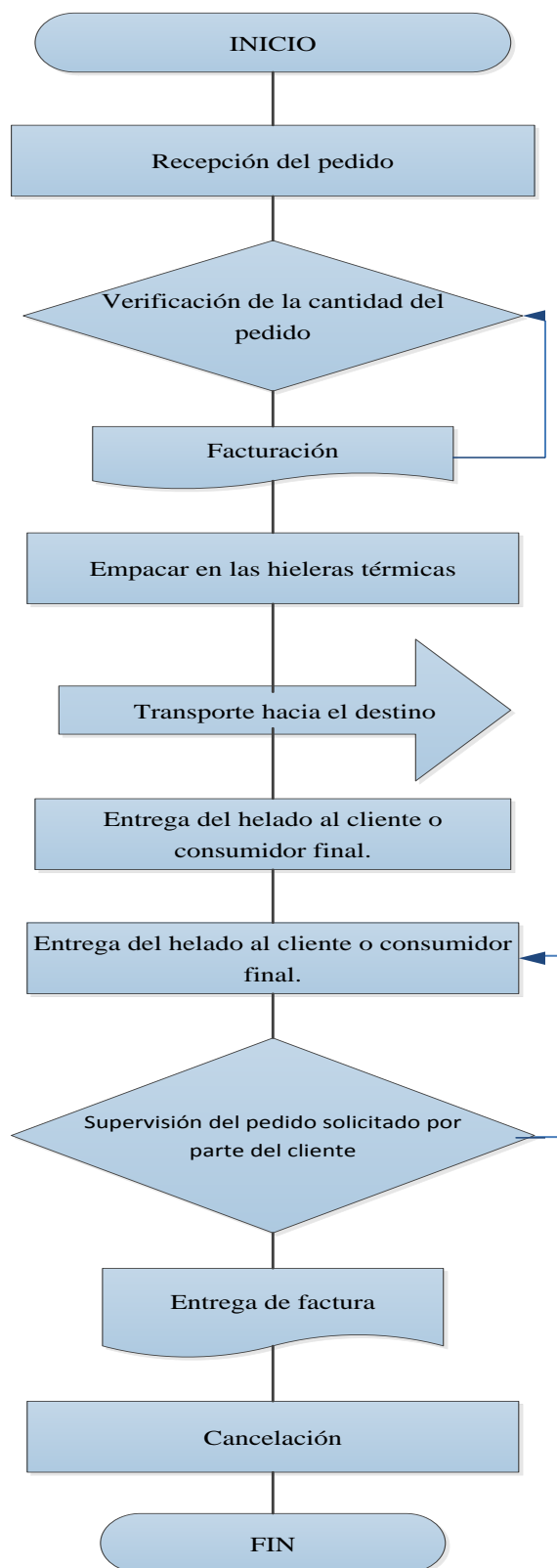
Nº	PROCESO	FIGURA
1	Inicio	
2	Actividad	
3	Entrada	
4	Decisión	
5	Documento	
6	Fin	

Gráfico N° 20 Flujograma del proceso de producción
Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Tabla N° 49 Descripción de las actividades del proceso de comercialización.

N°	Actividades	Tiempo (minutos)	Figura
0	Inicio	0	
1	Recepción del pedido	2	Actividad
2	Verificación de la cantidad del pedido	2	Demora
3	Empacar en las hieleras térmicas	5	Actividad
4	Facturación	3	Documento
5	Transporte hacia el destino	6	Actividad
6	Entrega del helado al cliente o consumidor final.	3	Decisión
7	Supervisión del pedido solicitado por parte del cliente	5	Actividad
8	Entrega de factura	2	Demora
9	Cancelación	2	Actividad
10	Fin	0	Demora
Total		30 minutos	

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).



N°	PROCESO	FIGURA
1	Inicio	
2	Actividad	
3	Entrao	
4	Decisión	
5	Documento	
6	Fin	

Gráfico N° 21 Flujograma del proceso de comercialización.
Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

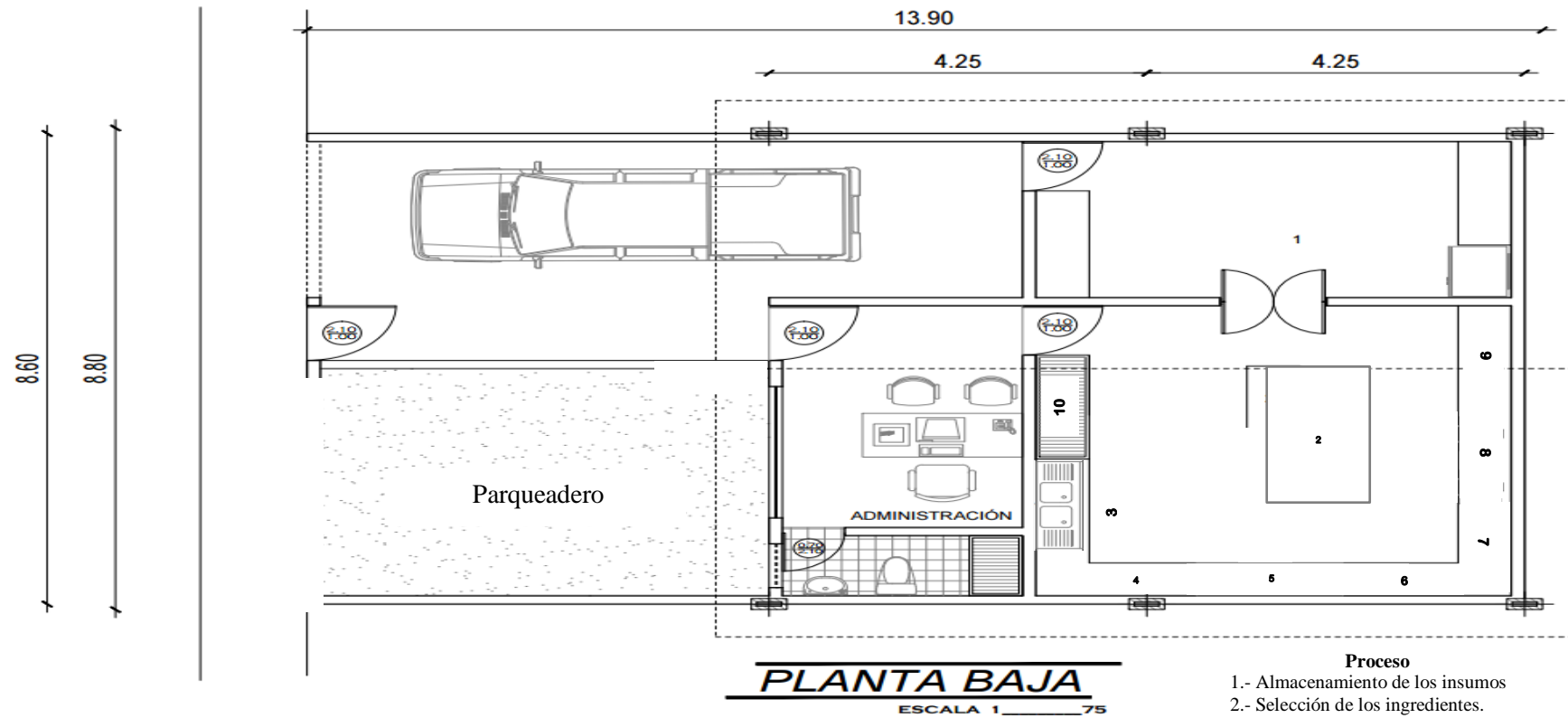


Gráfico N° 22 Prototipo del diseño arquitectónico de la planta de producción de los helados
Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

- Proceso**
- 1.- Almacenamiento de los insumos
 - 2.- Selección de los ingredientes.
 - 3.- Lavado
 - 4.- Dosificación
 - 5.- Mezcla
 - 6.- Colocación de los moldes
 - 7.- Congelamiento
 - 8.- Desprendimiento de los helados
 - 9.- Empacado – sellado
 - 10.- Estanterías

Tabla N° 50 Descripción de los equipos

ACTIVIDAD	EQUIPO	CARACTERÍSTICAS	COSTOS
Almacenamiento de la materia prima	Refrigerador Avant 16 pies / 342 litros/No frost	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo: 470040 • Pies: 16 • Capacidad 342 • Ahorro de energía: Sí. • Color: cromada • Puertas en lámina lisa • Balcón transparente • Bandeja de vidrio templado • Hielo fácil • Bandejas de vidrio templado • Porta huevos. • Alto 172 cm • Ancho: 71 cm • Profundidad: 70 cm 	\$ 803,00
Dosimetría	Balanza electrónica industrial 300 kg / 660 lb.	<ul style="list-style-type: none"> • Plataforma en acero inoxidable 50 x 50 cm • Alarma por exceso de peso • Batería recargable de respaldo en caso de cortes de energía 	\$170.00

Mezcla	Batidora industrial 30 Litros Mezcladora	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con 3 niveles de velocidad • Voltaje 110/220 voltios • Capacidad de mezcla 30 litros • Acero inoxidable 	\$ 450,00
Congelamiento del producto	Congelador Horizontal Indurama CI4018 de 15 pies, 2 puertas.	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo: CI4018 • Pies: 15 • Capacidad: 400 litros • Sistema: Descongelamiento Frost. • Ahorrar de energía: Si • Color: Blanco. • Sistema Doble Acción: Congelador y Enfriador Puertas Con Llave Mayor Capacidad para hacer Hielo 2 Canastas Metálicas Interiores. • Alto: 90 • Ancho: 1,50 • Profundidad: 71 • Peso: 87000 	\$ 932,00
Sellado del producto	Sellador de fundas de helados	Industrial, 220 V / 500 W	\$ 600,00

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Tabla N° 51 Descripción de personas.

ACTIVIDAD	TIEMPO	N° DE PERSONAS	COBERTURA DE TRABAJO	HORAS - HOMBRE
Recepción de materia prima	5 minutos	Operador	50%	5 minutos
		Gerente	50%	
Verificación de calidad de los insumos	10 minutos	Operador	100%	10 minutos
Almacenamiento de materia prima	8 minutos	Operador	50%	8 minutos
		Gerente	50%	
Registro en un inventario	7 minutos	Operador	100%	7 minutos
Preparar ingredientes	7 minutos	Operador	100%	7 minutos
Pesado de la materia prima para la elaboración del helado.	9 minutos	Operador	50%	9 minutos
		Gerente	50%	
Mezcla de los insumos	6 minutos	Operador	100%	6 minutos
Batido de los ingredientes	9 minutos	Operador	100%	9 minutos
Colocación en los moldes	67 minutos	Operador	50%	67 minutos
		Vendedor	50%	
Congelamiento de los helados	103 minutos	Operador	50%	103 minutos
		Vendedor	50%	

Desprendimiento del molde.	29 minutos	Operador	50%	29 minutos
		Vendedor	50%	
Empacado	10 minutos	Operador	50%	10 minutos
		Vendedor	50%	
Sellado	9 minutos	Operador	50%	9 minutos
		Vendedor	50%	
Almacenamiento en el congelador	8 minutos	Operador	50%	8 minutos
		Vendedor	50%	
Distribución o venta.	7 minutos	Operador	50%	7 minutos
		Vendedor	50%	


Elaborado por: Cevallos, P. (2017).


Fuente: Investigación Propia.


2.1.3 Tecnología a aplicar

En la presente tabla se describe la maquinaria que se adquirirá en un futuro para transformar el proceso de producción artesanal a un lineal.


Tabla N° 52 Tecnología a aplicar en futuro.

MAQUINARIA	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
LACTA PASTEURIZACIÓN	<p>DEFINICIÓN</p> <p>La pasteurización consiste en el tratamiento del calor de un producto para matar todas las bacterias patógenas y reducir la actividad enzimática. El objetivo es hacer que los productos sean seguros para el consumo y que tengan una</p>	

	<p>vida útil más prolongada.</p> <p>CARACTERÍSTICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dos tinajas de cocinado, caldera a gas o eléctrica. • Bomba de circulación de agua caliente, • Tubo de retención, • Bomba sanitaria de mix, • Intercambiador de calor de cuatro secciones. • Homogeneizador a pistón, base de montaje de acero inoxidable compacto. • (Tetrapak Internacional S.A., 2017) 	
<p>MEZCLA DE HELADOS</p>	<p>DEFINICIÓN</p> <p>Son indispensables para incrementar los sabores, granulados de castañas, frutas secas, pedacitos de chocolate, pulpas de frutilla, etc., además de añadir agua al helado, y también de solidificar con el congelamiento. Son sustancias difíciles de mezclar al helado de manera uniforme.</p> <p>El helado salido de una productora continua es pasado directamente por el</p>	

	<p>mezclador, y de allí es conducido a una envasadora. El mezclador introduce los sólidos en medio al helado en alta presión. Para eso hay un rotor especial que no muele los ingredientes, al mismo tiempo los incorpora de manera uniforme y controlada.</p> <p>CARACTERÍSTICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un eje transportador del tipo rosca sin fin, transporta el ingrediente sólido a un rotor. • Helados y sólidos son de allí en adelante mezclados por una hélice giratoria vertical, siguiendo para envase. • Capacidad para 100 a 900 litros de helado por hora. (FINAMAC, 2017) 	
RELLENADORA DE HELADOS	<p>DEFINICIÓN</p> <p>Es un sistema de llenado semiautomático de helado al por mayor en envases cuadrados o rectangulares de 1 a 5 litros (de 1/4 a 5/4 gal). La máquina básica se</p>	

	<p>suministra con un juego de boquillas instaladas en una rellenadora con tres entradas y llenado por tiempo transcurrido de envases con dimensiones similares. Se pueden suministrar boquillas adicionales cuando las dimensiones de los contenedores varían de manera considerable.</p> <p>CARACTERÍSTICAS</p> <p>Rendimiento garantizado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con 6 carriles, 50 carreras por minuto = 18.000 conos por hora. <p>Funciones innovadoras que incluyen lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • flexibilidad excepcional, • gran consistencia del producto, • alta confiabilidad, • limpieza sencilla, • costo operativo bajo. <p>(Tetrapak Internacional S.A., 2017)</p>	
PALETERA	<p>CARACTERÍSTICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipo semiautomático diseñado para la elaboración de polos, tanto de agua como de crema. 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Tanque de elaboración y chapas en acero inoxidable. • Provisto de ruedas para facilitar el desplazamiento. • Equipado con una hélice motorizada para la recirculación del líquido congelador en el interior del tanque. • Sistema de operación y control de fácil acceso, con panel digital de temperatura. • Bajo consumo eléctrico. • (MEJISA MECTUFRY, 2017) 	
SELLADORA DE HELADOS	<p>DEFINICIÓN</p> <p>Ideal para sellar bolsas con contenido sólidos, líquidos, semisólidos tales como: Agua, bolis, paletas, papitas, galletas, dulces, pan, donde se requiera un sellado de alta calidad.</p> <p>CARACTERÍSTICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exclusivo diseño y acabados, Brazos y soportes cromados. • Material de construcción 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Accionamiento por pedal • Máxima eficiencia y confiabilidad. • Mínimo teflón requerido lo que optimiza su uso. • Caucho siliconado utilizable en 4 lados. • Polietileno, Polipropileno, Plásticos con películas de aluminio, coextruídos y similares. • (Velásquez, 2012) 	
--	--	--

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación Propia.

2.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

2.2.1 Ritmo de producción.

Tabla N° 53 Ritmo de producción.

ACTIVIDAD	N° DE PERSONAS	TIEMPO PROMEDIO (Minutos)	TIEMPO NOMINAL (Minutos)	RITMO DE TRABAJO
Recepción de materia prima	Dos	5	4	Normal
Verificación de calidad de los insumos	Una	10	8	Intenso
Almacenamiento de materia prima	Dos	8	6	Normal
Registro en un inventario	Una	7	5	Normal

Preparar ingredientes	Una	7	5	Normal
Pesado de la materia prima para la elaboración del helado.	Dos	9	7	Intenso
Mezcla de los insumos	Una	6	5	Normal
Batido de los ingredientes	Una	9	7	Intenso
Colocación en los moldes	Dos	67	58	Intenso
Congelamiento de los helados	Dos	103	90	Normal
Desprendimiento del molde.	Dos	29	26	Intenso
Empacado	Dos	10	8	Intenso
Sellado	Dos	9	7	Intenso
Almacenamiento en el congelador	Dos	8	6	Intenso
Distribución o venta.	Dos	7	5	Intenso

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación Propia.

Tabla N° 54 Ritmo de producción (día, semana, mes y año).

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Diaria	108
Semanal	540
Mes	2.160
Año	25.920

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación Propia.

La producción diaria de los helados artesanales alcanza a 108 unidades.

La producción semanal es de 540 helados, especificando que se laborará en la producción de los mismos los cinco días de la semana, es decir, de lunes a viernes.

La producción mensual se multiplicará la producción semanal por las cuatro semanas que tiene el mes, ó, la otra forma de obtener los 2.160 helados es multiplicando la producción diaria por los 20 días que se va a laborar en el mes produciendo helados.

Finalmente, la producción anual es de 25.920 helados, es decir, la producción mensual se multiplica por los doce meses del año.

2.2.2 Nivel de inventario promedio.

El nivel de inventario promedio diario de los helados inicialmente será de 108 unidades producidas, la cantidad mensual es de 2.160 helados artesanales. Es importante describir que esta demanda de producción se incrementará de acuerdo a los requerimientos que demanden los consumidores o la frecuencia de consumo de helados especialmente en épocas de calor.

La producción mensual de 2.160 helados se realizará en un trabajo de cinco días a la semana, es decir, veinte días al mes

2.2.3 Número de trabajadores.

Tabla N° 55 Número de trabajadores.

N°	DENOMINACIÓN DEL CARGO	FUNCIONES DEL CARGO	CONTRATO
1	Gerente-Administrativo	<ul style="list-style-type: none">• Liderar la formulación y aplicación del plan de negocios.• Planificar los objetivos	Indefinido

		<p>generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definir políticas generales de administración • Dirigir y controlar el desempeño de las áreas. • Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros. 	
2	Asistente de Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Colaborar con el productor en la definición y ejecución del plan de producción • Actualizar la documentación asignada bajo su responsabilidad (Planes, instructivos, procedimientos). • Ejecutar actividades relacionadas a labores de orden y limpieza. • Cumplir con las normas de higiene y conducta personal. • Asistir en todas las labores que le delegue el Gerente 	Indefinido
3	Vendedor	<ul style="list-style-type: none"> • Explorar permanentemente la zona asignada para detectar clientes potenciales • Realizar un seguimiento de consumos por cada cliente de su zona. 	Indefinido

		<ul style="list-style-type: none"> • Controlar la evolución del consumo de los clientes. • Colaborar en la distribución y/o colocación de material promocional en los locales. • Programar semanalmente las actividades de visitas a realizar diariamente. • Apoyar y capacitar al cliente con demostraciones de los productos. • Asistir en todas las labores que le delegue el Gerente. 	
--	--	--	--

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación Propia.

2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

2.3.1 Capacidad de producción futura

La justificación de la capacidad de producción futura, se explica que al presentar un producto innovador y en base a la aceptación que se refleja en los resultados, el 70% de las personas que fueron encuestadas demandan que si están dispuestas en consumir helados endulzados con stevia. Por lo tanto, es una oportunidad para el consumo del mercado actual que busca opciones saludables, pero en especial para la degustación de las personas diabéticas. Además, el 49% de las personas diabéticas respondieron que su frecuencia de consumo de helados sería de dos veces por semana, es así que, al obtener la información en las encuestas, se posibilita a que el emprendimiento tenga la aceptación en este segmento del mercado del cuidado de la salud.

Además, para la capacidad de producción futura, se describe en la siguiente tabla detallando la producción diaria, semanal y mensual de los helados a producir, al

obtener el valor anual de la producción que es de 25.920 unidades, se procede a proyectar con el indicador macroeconómico que es de la inflación al año 2016 de 1,12 para lo cual se desarrolla lo siguiente:

Tabla N° 56 Capacidad de producción (día, semana, mes y año).

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Diaria	108
Semanal	540
Mes	2.160
Año	25.920

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación Propia.

- La producción diaria de los helados artesanales alcanza a 108 unidades.
- La producción semanal es de 540 helados, especificando que se laborará en la producción de los mismos los cinco días de la semana, es decir, de lunes a viernes.
- La producción mensual se multiplicará la producción semanal por las cuatro semanas que tiene el mes, ó, la otra forma de obtener los 2.160 helados es multiplicando la producción diaria por los 20 días que se va a laborar en el mes produciendo helados.
- Finalmente, la producción anual es de 25.940 helados, es decir, la producción mensual se multiplica por los doce meses del año.

Tabla N° 57 Capacidad de producción futura.

AÑO	CANTIDAD
2016	25.920
2017	26.210
2018	26.504
2019	26.801
2020	27.101
2021	27.404

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación Propia.

Nota: Para la proyección de los siguientes años, se empleó el indicador de la inflación de 1,12 del año 2016 porque con éste se puede realizar proyecciones de la cantidad de producto.

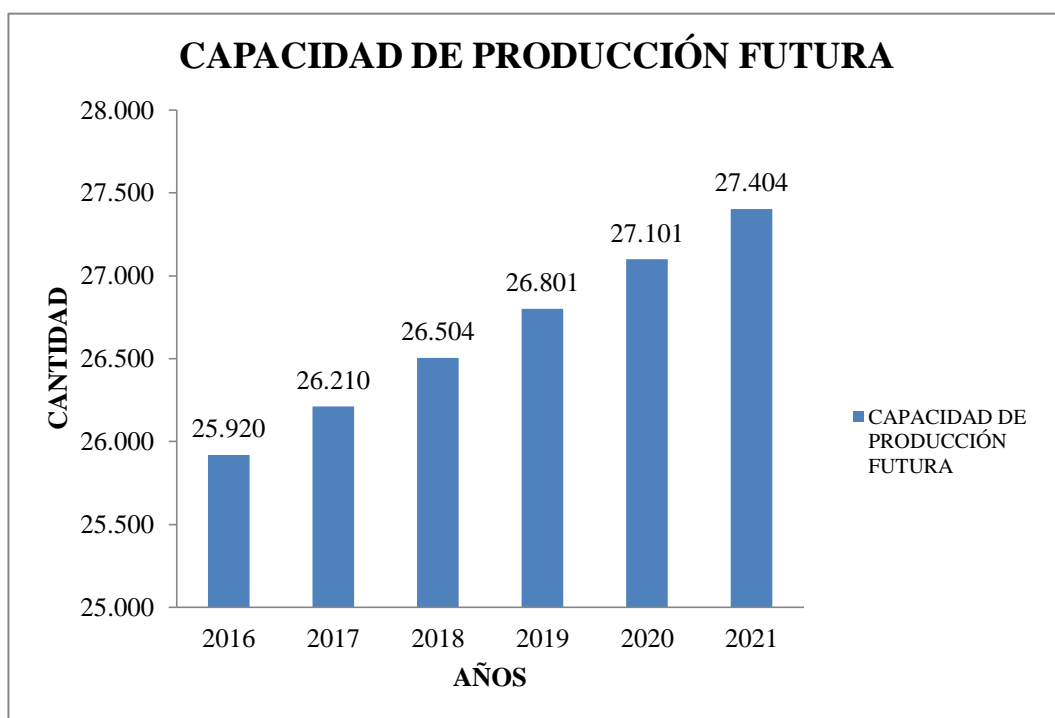


Gráfico N° 23 Capacidad de Producción Futura
Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Interpretación: La capacidad de producción futura en el año 2016 es de 25.920 helados artesanales, para el año 2018 es de 26.504 unidades a producir en un futuro y en el año 2021 alcanza a 27.404 helados.

2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN.

2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que puedan presentar.

Tabla N° 58 Materias primas y grado de sustitución.

MATERIAS PRIMAS	IMPORTANCIA DEL INSUMO	GRADO DE SUSTITUCIÓN	PROVEEDORES
Frutas naturales: Mora, frutilla, aguacate y durazno.	<ul style="list-style-type: none"> • Aportan una variedad y cantidad de vitaminas y minerales; principalmente vitamina C • Hidratan el organismo rápidamente. • Ayudan al correcto funcionamiento del aparato digestivo. • Facilita el drenaje de líquidos, al ser diuréticas y depuradoras del organismo. • Aportan fibras vegetales solubles • No aportan grasas (excepto los frutos secos, olivas, aguacates y cocos que aportan aceites beneficiosos para el organismo). • Aportan vitaminas antioxidantes naturales. <p>(Zonadiet, 2017)</p>	<p>El grado de sustitución es ALTO, porque en la actualidad existen grandes y pequeñas empresas que se dedican a la preparación de la pulpa de frutas y pueden reemplazar a las de frutas con este preparativo natural.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • PLANHOFA • Asociaciones Productoras de Frutas, (Huachi Grande, Unamuncho, Montalvo, Huachi La Libertad).
Leche	• Contiene vitaminas	El grado de	• Productos el

descremada	<p>tanto hidrosolubles como liposolubles, entre las que encontramos vitaminas del grupo B, C, A, niacina y riboflavina.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contiene además calcio, hierro y proteínas. • Según estudios tomar leche diariamente reduce en un 60% el riesgo de sufrir cáncer de mama, especialmente en mujeres. • Es recomendada en casos de gastritis, ya que es capaz de neutralizar la acidez. En este caso es mejor tomarla descremada. • (Naturvida Contenidos Digitalales., 2017) 	<p>sustitución es ALTO, porque con el agua también se puede lograr obtener helados, la diferencia es que con la leche se obtiene una contextura cremosa.</p>	Ranchito
-------------------	--	--	-----------------

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación Propia.

2.5 CALIDAD

2.5.1 Método de control de calidad

En el presente proyecto se realiza dos métodos de control de calidad, el primero es el reconocido Listado de Verificación o Check List, el mismo que cotejará los

parámetros como: recepción de insumos, producción, mezcla, servicio al cliente, control de calidad, empackado, enfriado entre otros, y el Diagrama de Pareto se ha identificado las diferentes causa que se han generado dentro del proceso de producción de los helados artesanales de “Glucemia Ice Cream”.

Tabla N° 59 Listado de verificación o check list

PARAMETROS	LISTADO DE OBSERVACIONES	OPCIONES	
		SI	NO
RECEPCIÓN DE INSUMOS	1. ¿El área de recepción de los insumo se encuentra limpia? 2. Báscula completa, limpia y sin presencia de oxidación. 3. Envases de alimentos limpios e íntegros: libres de rupturas. 4. ¿Las frutas se encuentran en buen estado? 5. Los alimentos rechazados están identificados con etiquetas y separados del resto de los alimentos. 6. El lavado y desinfección de frutas es correcta 7. Los proveedores son evaluados continuamente		
PRODUCCIÓN	8. ¿Dentro del área de producción se ha mantenido la limpieza en general? 9. ¿El manejo de los desechos es correcto? 10. ¿Existieron retrasos en la fabricación? 11. ¿La maquinaria se encontró en buen funcionamiento?		

	<p>12. El personal tiene un uniforme limpio y completo.</p> <p>13. EL personal tiene cubierto el cabello con una red o turbante.</p>		
MEZCLA	<p>14. ¿La mezcla cumple con una contextura cremosa del helado?</p> <p>15. ¿Alcanza un nivel de uniformidad en cuanto al sabor?</p> <p>16. ¿Los productos cumplen con las especificaciones?</p>		
EMPACADO	<p>17. Empaques en buen estado.</p> <p>18. Paletas de helado en excelentes condiciones</p>		
ENFRÍADO	<p>19. ¿La temperatura de enfriado para los helados es la correcta?</p> <p>20. Puertas limpias y empaques en buen estado del congelador</p>		
DESMOLDADO	<p>21. ¿Cuenta con un buen desmoldado de la paleta?</p> <p>22. ¿El producto final es conforme a lo planificado?</p>		
CALIDAD DEL PRODUCTO	<p>23. Cree que el producto es de calidad.</p> <p>24. Existe una persona encargada de supervisar que el proceso de producción de helados es de calidad.</p> <p>25. ¿El personal que controla la vigilancia de la calidad se encuentra capacitado?</p>		

	26. La empresa lleva a cabo el control de calidad de los helados.		
SERVICIO AL CLIENTE	27. El área de atención de servicio se encuentra en un estado limpio. 28. La respuesta a los pedidos de los helados se lo realiza con prontitud. 29. La atención al cliente es eficiente. 30. Conoce a detalle los requerimientos del cliente. 31. La persona responde a las necesidades del cliente con entusiasmo y cordialidad. 32. El producto que se ofrece cumple con las expectativas del cliente		

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación Propia.

Tabla N° 60 Causas para elaborar el Diagrama de Pareto.

CAUSAS EN LA PRODUCCIÓN DE HELADOS ARTESANALES "GLUCEMIA ICE CREAM"	Frecuencia de ocurrencia	ACUMULADO %	%
Defectuosa selección de las frutas	15	19%	19%
Aplazamiento de la batida del helado	8	29%	10%
Retraso en la colocación de la mezcla dentro de los moldes	17	50%	21%
Incorrecta selección de la temperatura de la congelación	9	61%	11%
Deficiente proceso de desprendimiento del molde	25	93%	31%
Deficiente sellado del empaque	6	100%	8%
TOTALES	80		100%

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación Propia.

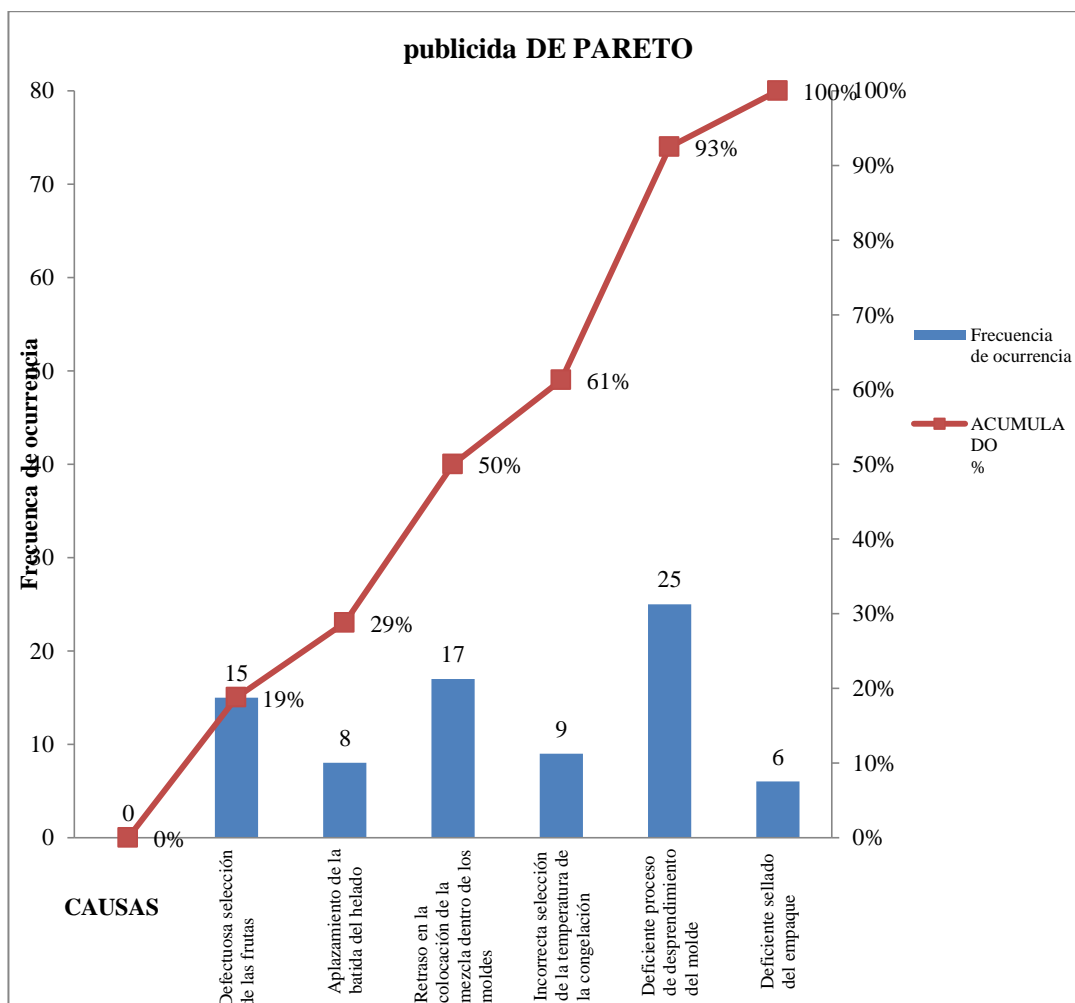


Gráfico N° 24 Diagrama de Pareto
 Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Interpretación: El 31% de las causas en la producción de helados artesanales, es el resultado del 93% en la deficiencia del proceso de desprendimiento del molde de dichos helados. Es decir, que el 93% de los problemas se pueden solucionar, si se elimina el 31% de las causas que lo originan.

Para eliminar los defectos en el desprendimiento del molde es necesario realizar las siguientes propuestas:

- En el momento de realizar el desprendimiento de los helados es importante tener al alcance suficiente agua caliente para poder realizar este eficiente proceso.

- El personal debe estar preparado para realizar esta actividad en el momento indicado para ejecutar este proceso con calidad.

2.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN

2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional.

Tabla N° 61 Normativos de Seguridad e higiene ocupacional.

NORMATIVAS		
SALUD	AMBIENTE	SEGURIDAD
Para la producción de helados, la empresa debe contar con los requisitos que rige la Normativa del Ministerio de Salud.	El uso del suelo, las condiciones del local, que sea con ambientes adecuado, con ventilación.	Los trabajadores deben estar bien equipados, con botas de caucho, guantes, gorra plástica, mascarilla, para lograr un producto sano y cuente con los controles de calidad.
Todo el personal debe contar con el uniforme, y aseo personal.	Área de vestimenta para los trabajadores	Que la infraestructura tenga salidas de emergencia.
Que se cuente con recipientes para la basura	Área de Recolección de basura	Controlar los días que pasa el recolector de basura, para enviarles y no dejar en la parte de afuera.

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación Propia.

2.6.2 Permisos para el funcionamiento de la empresa

a. Requisitos para la obtención del RUC:

1. Copia de la cédula, papeleta de votación del representante legal de la empresa.

2. Copia del nombramiento del representante legal de la empresa.
3. Copia de los estatutos de la constitución de la empresa.
4. Llenar el documento 01 del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

b. Requisitos para la obtención de la patente municipal:

1. Copia del R.U.C.
2. Copia de cédula y papeleta de votación
3. Formulario de declaración inicial de la actividad económica

c. Requisitos para la afiliación a la Cámara de Comercio de Ambato:

1. R.U.C.
2. Nombramiento del Gerente o Representante legal en Ambato.
3. Dos fotos tamaño carnet del Gerente.
4. Cédulas y certificados de votación de Accionistas.
5. Valor de la afiliación según capital indicado en la escritura.
6. Permiso de funcionamiento de los Bomberos.

d. Certificación única de habilitación (GADMA)

1. Solicitud dirigida al Sr. Alcalde (debe constar dirección, número de teléfono celular, nombre del negocio, actividad del negocio, croquis específico con referencias.)
2. Formulario de solicitud en banco
3. Copia del RUC

e. Certificado de uso de suelo

1. Solicitud dirigida al Sr. Alcalde (debe constar dirección, número de teléfono celular, nombre del negocio, actividad del negocio, croquis al reverso.)
2. Copia del RUC.

f. Requisitos para la obtención del certificado del cuerpo de bomberos:

1. Copia del R.U.C.de la organización

2. Inspección a la empresa (que se realiza al día siguiente de la entrega del R.U.C.)
3. Cumplir todas las normas de salud correspondiente.
4. Copia del último pago del impuesto predial.
5. Copia de la planilla de servicios básicos con la dirección del establecimiento.
6. Copia del Uso de Suelo otorgada por el GADMA
7. Croquis de la ubicación del establecimiento.
8. El costo va desde los \$ 6, 10 y 18 dólares o más dependiendo del tamaño y riesgo de incendio de la empresa.

g. Requisitos para obtener la calificación patronal en el Instituto Ecuatoriano De Seguridad Social (IESS):

1. Copia del R.U.C.
2. Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
3. Copia de la cédula de identidad de los trabajadores.
4. Llenar el formulario de la cédula de Inscripción Patronal.

h. Requisitos para la obtención del permiso sanitario:

1. Solicitud para permiso sanitario dirigido al señor Jefe Provincial de Salud de Tungurahua en el lugar que pertenezca la jurisdicción de la empresa, en el del cantón Ambato.
2. Aprobada por la solicitud, el Inspector de Salud realiza la inspección respectiva a la empresa a fin de otorgar el permiso.

i. Ministerio de Salud Pública

1. Permiso de funcionamiento para locales establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario (Acuerdos Ministeriales 4712 y 4907)
2. Solicitud para permiso de funcionamiento.
3. Planilla de Inspección.
4. Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos
5. Copia RUC del establecimiento

6. Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros del Ministerio de Salud
7. Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

CAPÍTULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.1.1 Visión de la Empresa

“Corresponde al futuro deseado de la organización. Se refiere a cómo quiere ser reconocida la entidad, representa los valores con los cuales se fundamentará su accionar público” (Armijo, 2009, pág. 38) .

VISIÓN “GLUCEMIA ICE CREAM”

“Glucemia Ice Cream” será una fábrica líder en la producción y comercialización de helados para diabéticos con un alto contenido nutritivo y de calidad para el cuidado de la salud de las personas, brindando un excelente servicio con precios justos y competitivos.

3.1.2 Misión de la Empresa

“Una descripción de la razón de ser de la organización, establece su “quehacer” institucional, los bienes y servicios que entrega y lo que la hacen diferente de otras instituciones y justifican su existencia” (Armijo, 2009, pág. 23).

MISIÓN “GLUCEMIA ICE CREAM”

Helados “Glucemia Ice Cream” es un emprendimiento innovador y de vanguardia que se dedica a la producción y comercialización de helados para personas diabéticas, otorgando calidad y satisfacción a las expectativas de nuestros consumidores, comprometidos con el cuidado de la salud de estas personas.

3.1.3 Análisis FODA

Se entiende al FODA como: “Un análisis de las brechas institucionales que deben ser intervenidas por la entidad para el logro de los objetivos. Pueden ser producto de debilidades organizacionales, o bien de eventuales brechas que surgirán para enfrentar nuevos desafíos. El FODA permite realizar un diagnóstico dinámico de la institución” (Armijo, 2009, pág. 43).

Tabla N° 62 Análisis FODA

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
F1	Helado endulzado con stevia.	D1	Ineficiente maquinaria para la homogenización
F2	Personal capacitado	D2	Baja producción de helados en épocas de frío
F3	Experiencia en la elaboración de helados	D3	Presentación únicamente en paletas
F4	Ubicación estratégica de la empresa	D4	Producción de helados de cuatro sabores
F5	Producto innovador	D5	Segmento de mercado diabético
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
O1	Propuestas de negocio para distribuir	A1	Factor externo con el clima
O2	Competidores con un producto y servicio deficiente	A2	Excesiva publicidad de la competencia
O3	Apertura de nuevos mercados	A3	Incremento en los costos de las materia primas
O4	Acceso a nuevas tecnologías	A4	Inestabilidad económica y política del país
O5	Apoyo del gobierno a las microempresas	A5	Incremento a aranceles a la importación de maquinas

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 63 Matriz de Vulnerabilidad

<div>AMENAZAS</div> <div>DEBILIDADES</div>		A1	A2	A3	A4	A5	TOTAL	PRIORI
		Factor externo con el clima	Agresiva publicidad de la competencia	Incremento en los costos de las materia primas	Inestabilidad económica y política del país	Incremento a aranceles a la importación de máquinas		
D1	Ineficiente maquinaria para la homogenización	2	2	4	3	3	14	
D2	Baja producción de helados en épocas de frío	5	5	5	2	2	19	1ra.
D3	Presentación únicamente en paletas	3	4	3	3	3	16	3ra.
D4	Producción de helados de cuatro sabores	4	5	5	2	2	18	2da.
D5	Segmento de mercado diabético	2	5	2	2	2	13	
TOTAL		16	21	19	12	12	80	
PRIORIDAD		3ra.	1ra.	2da.				

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 64 Factores Claves de la Matriz de Vulnerabilidad.

TOTAL	AMENAZAS	DEBILIDADES
74	= 74/5 = 15	= 74/5 = 15
	CONCLUSIÓN	CONCLUSIÓN
	Las amenazas claves serán únicamente aquellas que estén sobre los 15 puntos.	Las debilidades serán únicamente aquellas que estén sobre los 15 puntos.

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Interpretación: En la matriz de vulnerabilidad se han identificado las principales debilidades, como son: la baja producción de helados en épocas de frío, la producción de helados solamente de cuatro sabores y los helados se presentan únicamente en paletas. Así mismo, se ha detectado dos amenazas, la primera es la excesiva publicidad de la competencia, la segunda es el incremento en los costos de la materia prima y el factor externo con el clima. Al final se concluye que las amenazas y debilidades que sobrepasen el valor de quince son detectadas como puntos claves para contrarrestar el grado de vulnerabilidad.

Tabla N° 65 Matriz de Aprovechabilidad

<div> <div>OPORTUNIDADES</div> <div>FORTALEZAS</div> </div>		O1	O2	O3	O4	O5	TOTAL	PRIORIDAD
		Propuestas de negocio para distribuir	Competidores con un producto y servicio deficiente	Apertura de nuevos mercados	Acceso a nuevas tecnologías	Apoyo del gobierno a las microempresas		
F1	Helado endulzado con stevia.	5	3	4	3	3	18	
F2	Personal capacitado	2	4	4	4	4	18	
F3	Experiencia en la elaboración de helados	5	4	4	3	4	20	2da.
F4	Ubicación estratégica de la empresa	5	4	4	3	3	19	3ra.
F5	Producto innovador	5	5	5	4	5	24	1ra.
TOTAL		22	20	21	17	19	99	
PRIORIDAD		1ra.	3ra.	2da.				

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 66 Factores Claves de la Matriz de Aprovechabilidad

TOTAL	OPORTUNIDADES	FORTALEZAS
99	= 99/5 = 20	= 99/5 = 20
	CONCLUSIÓN	CONCLUSIÓN
	Las oportunidades claves serán únicamente aquellas que estén sobre los 20 puntos	Las fortalezas claves serán únicamente aquellas que estén sobre los 20 puntos

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Interpretación: En la matriz de aprovechabilidad se ha identificado las principales fortalezas, la primera es producto innovador, segunda la experiencia en la elaboración de helados y la tercera la ubicación estratégica de la empresa. De la misma forma, se detecta tres oportunidades, la propuesta de negocio para distribuir, la segunda es la apertura de nuevos mercados y la tercera es que los competidores tienen un producto y servicio deficiente. Finalmente, se concluye que las fortalezas y oportunidades que sobrepasen los el valor de 20 son detectadas como puntos claves para maximizar el grado de aprovechabilidad.

Tabla N° 67 Matriz de Prioridades Estratégica (FODA)

ASPECTOS POSTITIVOS			ASPECTOS NEGATIVOS	
FORTALEZAS			DEBILIDADES	
FACTORES INTERNOS	F5	Producto innovador	D2	Baja producción de helados en épocas de frío
	F3	Experiencia en la elaboración de helados	D4	Producción de helados solamente de cuatro sabores
	F4	Ubicación estratégica de la empresa	D3	Presentación únicamente en paletas

FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
	O1	Propuestas de negocio para distribuir	A2	Excesiva publicidad de la competencia
	O3	Apertura de nuevos mercados	A3	Incremento en los costos de las materia primas
	O2	Competidores con un producto y servicio deficiente	A1	Factor externo con el clima

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Interpretación: En la presente matriz se resumen los aspectos positivos y negativos después de realizar la evaluación correspondiente en las matrices de vulnerabilidad y aprovechabilidad. Por lo tanto, se obtienen como factores positivos las fortalezas y oportunidades y como factores negativos las debilidades y amenazas.

Tabla N° 68 Matriz de Estrategias

FACTORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<div> <div>EXTERNOS</div> <div>INTERNOS</div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> • Producto innovador. • Experiencia en la elaboración de helados. • Ubicación estratégica de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Baja producción de helados en épocas de frío. • Producción de helados de cuatro sabores. • Presentación únicamente en paletas.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS (F-O)	ESTRATEGIAS (D-O)
<ul style="list-style-type: none"> • Propuestas de negocio para distribuir. • Apertura de nuevos mercados. • Competidores con un producto y servicio deficiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar publicidad a través de las redes sociales, por medio de la fan page. • En una proyección futura, el producto debe ser vendido a las ciudades de Quito y Guayaquil porque existe un gran número de personas que padecen de diabetes. • Brindar un excelente servicio a los clientes con un trato amable y cortes. • Aplicar la imagen corporativa usando los colores en los uniformes, papelería, promoción y publicidad. • Participar en las ferias de emprendimiento que realiza 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar un nuevo segmento de mercado, enfocado a la región Costa. • Realizar en épocas de baja demanda otra alternativa de consumo como son: postres, café, humas, quimbolitos, etc. • Ampliar la gama de sabores de helados. • Aplicar la personalización en la presentación y venta de helados.

	las diferentes instituciones públicas y privadas.	
AMENAZAS	ESTRATEGIAS (F-A)	ESTRATEGIAS (D-A)
<ul style="list-style-type: none"> • Agresiva publicidad de la competencia. • Incremento en los costos de las materia primas. • Factor externo con el clima 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer una campaña eficiente de la promoción y publicidad de los helados "Glucemia Ice Cream", a través de las redes sociales, porque es la nueva forma y oportunidad de crecer en ventas. • Evaluar a nuevos proveedores de materia prima. • Realizar un estudio de los nuevos sabores que va ofrecer "Glucemia Ice Cream". • En los períodos de mayor demanda y de época de calor, se debe realizar una venta efectiva y máxima de la producción de helados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar promociones que incentiven al consumo de los helados a través de promociones que establezca la emprendedora. • Participar en cada feria artesanal, de emprendimiento, fiestas cantonales, parroquiales para dar a conocer sobre los helados que pueden consumir las personas con diabetes. • Si existe un incremento en la materia prima, se deberá buscar otras frutas como alternativa para la producción de los helados. • Satisfacer las necesidades y paladares de las personas a través de la innovación, calidad y excelencia en el servicio.

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Análisis: En ésta matriz se ha elaborado estrategias en base a los factores internos y externos; entre una de las estrategias que se ha planteado es que se debe realizar publicidad en la redes sociales para promocionar la fan page de la marca de los helados, inclusive el pago correspondiente para obtener mayor alcance. Otra de las estrategias que se ha diseñado al intersecar las amenazas con las debilidades se obtiene la estrategia de que la presentación y venta del helado que deberá ser en conos, vasos plásticos, canastas y tarros.

3.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

3.2.1 Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna

Organigrama Estructural.- “Reflejan los niveles estructurales, es decir, los que se identifican de manera general el tipo de función que realizan las unidades administrativas ordenadas jerárquicamente” (Ministerio de Economía y Finanzas. Dirección de Desarrollo Institucional del Estado, 2009, pág. 29).

Organigrama Funcional.- “Se complementa el organigrama estructural con la indicación de las actividades o funciones que realiza cada órgano o servicio, es decir, añade la información relativa a las actividades de cada unidad de la institución, sus relaciones de dependencia y jerarquía” (Ministerio de Economía y Finanzas. Dirección de Desarrollo Institucional del Estado, 2009, pág. 37).

Es importante señalar que en el organigrama estructural está encabezado por la gerencia, dos departamentos el uno es el de producción y el otro el de ventas. Los servicios de la contadora serán externos, porque el proyecto es inicial y no se requiere de la permanencia de esta profesional y además, se considera que el pagar un sueldo no justifica el trabajo a realizar.

Organigrama Estructural de “Glucemia Ice Cream”

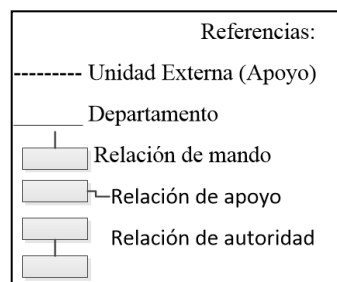
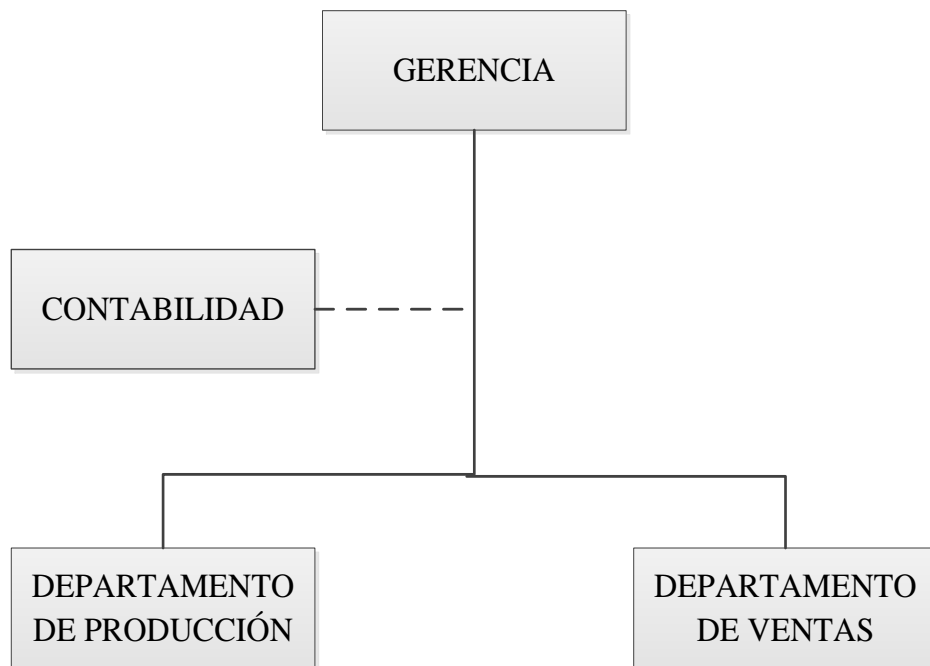


Gráfico N° 25 Organigrama Estructural.
Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Tabla N° 69 Datos Organigrama Uno

Elaborado por:	Aprobado por:	Fecha:
Cevallos, P.	Ing. Ibeth Molina.	Diciembre, 2017.

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).
Fuente: Investigación propia

Organigrama Funcional de “Glucemia Ice Cream”

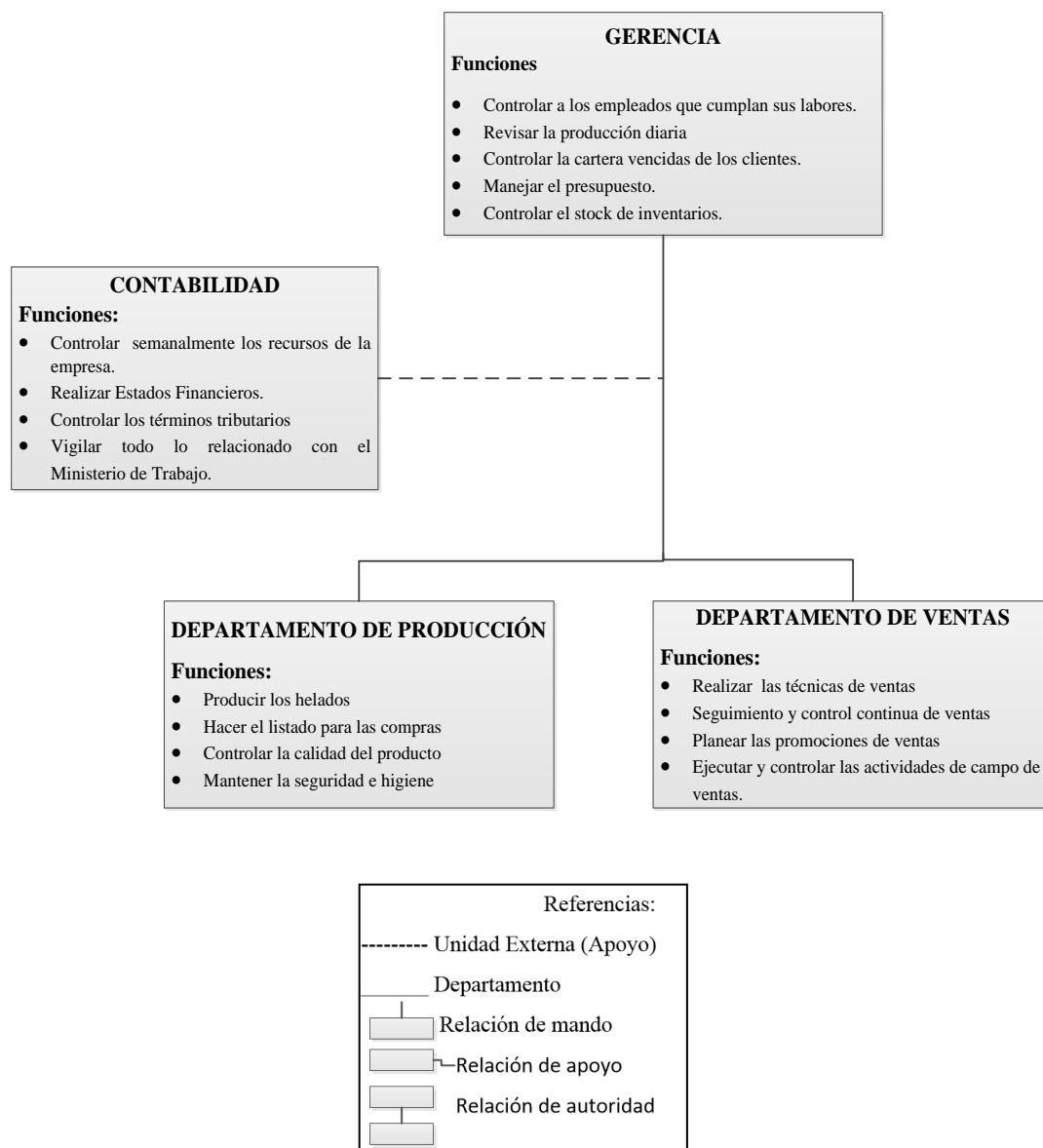


Gráfico N° 26 Organigrama Funcional.
Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Tabla N° 70 Datos Organigrama Dos.

Elaborado por:	Aprobado por:	Fecha:
Cevallos, P.	Ing. Ibeth Molina.	Diciembre, 2017.

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

3.2.2 Describa brevemente los cargos del organigrama

A continuación se presenta el perfil de competencias que deben cumplir las personas que desenvolverán los cargos de: gerencia, contabilidad (apoyo), departamento de producción y de ventas.

Tabla N° 71 Descripción del puesto del Gerente

FICHA DECOMPETENCIAS LABORALES				
A	DATOS GENERALES			
	LUGAR:	Ambato	CÓDIGO:	1.1. 1. 10.01
	PUESTO:	Gerente	Fecha	30-11-2017
	SUPERVISAR A:	Directores Departamentales		
B	NATURALEZA DEL PUESTO			
	Asegurar el funcionamiento óptimo de todas las áreas de la empresa, encaminando todos los esfuerzos a generar mayor volumen de ventas, de acuerdo a la visión y misión de la misma.			
C	FUNCIONES			
1	Dirigir y controlar el desempeño de las áreas de toda la organización			
2	Definir políticas generales de administración			
3	Supervisar el cumplimiento funcional-organizacional de la empresa			
4	Liderar la gestión estratégica y del área producción de helados.			
5	Controlar el área financiera.			
4	PROCEDIMIENTOS A EJECUTAR			
	a.	Realizar la correcta organización a través de órdenes de personal y mediante delegación de autoridad.		
	b.	Recibir reportes de todas las áreas		
	c.	Explicar el procedimiento necesario a sus subordinados para llevar a cabo los objetivos del área.		
	TAREAS O CRITERIOS DE DESEMPEÑO			
	a.	Dirigir la formulación de los planes operativos de la compañía con el fin		

		de garantizar el cumplimiento de los objetivos estratégicos definidos	
	b.	Ejecutar las actividades asignadas, en concordancia con las leyes, políticas, normas y reglamentos.	
	c.	Controlar el proceso contable, financiero y económico de la empresa.	
	d.	Analizar, evaluar y aprobar los planes y programas de trabajo de las gerencias del área, supervisar y controlar su cumplimiento.	
	COMPETENCIAS		
	a.	Técnicas o Aptitudinales	
		Tipo	Nivel
		a) Autoconfianza	Alto
		b) Integridad	Alto
		c) Identificación con la empresa	Alto
5		d) Pensamiento Analítico	Alto
		e) Búsqueda de la información	Alto
	b.	Actitudinales o Psicopersonales	
		Tipo	Nivel
		a) Orientación al cliente	Medio
		b) Trabajo en equipo	Alto
		c) Preocupación por el orden y la calidad	Alto
D	PERFIL DEL PUESTO		
1	EDUCACIÓN: Grado Académico		
	Título Administración de Empresas, Gerencia Comercial o afines.		
	FORMACIÓN:		
	Haber recibido actualizaciones de:		
	Finanzas		
	Comercialización y Ventas		
2	Computación		
	Tener conocimientos de:		
	Administración empresarial.		
	Metodologías de formulación y evaluación de proyectos		
	Manejo de Equipo de Cómputo y software administrativo		

	Inglés (40%).	
3	EXPERIENCIA:	
	Tipo	Tiempo
	En el puesto o similares	3 años
4	Edad Óptima	
	35 años	
Elaborado por:		Revisado por:
Paola Cevallos		Ing. Ibeth Molina
		Aprobado por:
		Ing. Ibeth Molina

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 72 Descripción del puesto del Operador de Producción

FICHA DECOMPETENCIAS LABORALES				
A	DATOS GENERALES			
	LUGAR:	Ambato	CÓDIGO:	1.1. 1. 10.03
	UNIDAD/PROCESO:	Producción	FECHA:	30-11-2017
	PUESTO:	Operador de Producción	TIPO:	
	SUPERVISADO POR:	Gerente		
B	NATURALEZA DEL PUESTO			
	Es el máximo responsable del correcto funcionamiento, coordinación y organización del área de producción de la empresa, tanto a nivel del producto, con el objetivo de cumplir con la producción prevista a tiempo y de calidad del trabajo, mediante la eficiente administración del departamento a cargo.			
C	FUNCIONES			
1	Mantener el correcto funcionamiento de los procesos de producción de helados.			
2	Analizar los resultados relacionados con lo planeado y ejecutado.			
3	Seleccionar la fruta natural y los insumos para la elaboración de los helados.			
4	Optimizar los procesos de trabajo dentro de la planta de producción.			

5	Organizar y planificar el aprovisionamiento de materia prima, distribución, y transporte del producto terminado.	
4	PROCEDIMIENTOS A EJECUTAR	
	a.	Conseguir el orden y aseo en el inicio de la jornada de trabajo para un mejor ambiente en la ejecución de labores.
	b.	Realizar el informe de actividades diarias, para elaborar su reporte diario para el gerente.
	c.	Determinar las mejores estrategias para realizar las actividades en planta de producción.
	TAREAS O CRITERIOS DE DESEMPEÑO	
	a.	Supervisa las líneas de producción durante todo el proceso.
	b.	Está a cargo del aseo y limpieza del área de producción
	c.	Revisar el desempeño del personal, maquinaria, y equipo de trabajo.
	d.	Analiza fallas e imprevistos durante la producción y los soluciona.
	e.	Realiza el respectivo control de calidad de los helados
5	COMPETENCIAS	
	a.	Técnicas o Aptitudinales
	Tipo	
	Nivel	
	a) Autoconfianza	
	Alto	
	b) Integridad	
	Alto	
	c) Identificación con la empresa	
	Alto	
	d) Pensamiento Analítico	
	Alto	
	e) Responsabilidad	
	Alto	
	b.	Actitudinales o Psicopersonales
	Tipo	
	Nivel	
	a) Dinámico y Proactivo	
	Alto	
	b) Orientación al cliente	
	Medio	
	c) Trabajo en equipo	
	Alto	
	d) Preocupación por el orden y la calidad	
	Alto	
D	PERFIL DEL PUESTO	
1	EDUCACIÓN: Egresado o Ingeniero en Alimentos.	

	Título universitario en Ingeniero en Alimentos o afines al cargo.	
2	FORMACIÓN:	
	Haber recibido actualizaciones de:	
	Procesos y optimización de recursos materiales	
	Comunicación efectiva y trabajo en equipo	
	Tener conocimientos de:	
	Sistema de Gestión de Calidad e Higiene.	
	Mantenimiento de elementos de protección	
	Manejo integral de residuos sólidos	
3	EXPERIENCIA:	
	Tipo	Tiempo
	Profesional y relacionada	1 año
4	Edad Óptima	
	25 a 35 años	
Elaborado por:		Revisado por:
Paola Cevallos		Ing. Ibeth Molina
		Aprobado por:
		Ing. Ibeth Molina

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 73 Descripción del puesto del Vendedor

FICHA DECOMPETENCIAS LABORALES				
A	DATOS GENERALES			
	LUGAR:	Ambato	CÓDIGO:	1.1.1.10.04
	UNIDAD/PROCESO:	Ventas	FECHA:	30-11-2017
	PUESTO:	Vendedor	TIPO:	
	SUPERVISADO POR:	Gerente		
B	NATURALEZA DEL PUESTO			
	Coordinar las actividades en el área de ventas, cumplimiento de los planes de comercialización y mercadeo, a fin de lograr el posicionamiento de la organización, en base a las estrategias establecidas para la promoción, distribución y venta los helados a fin de lograr los objetivos de ventas			
C	FUNCIONES			
1	Llevar un control de diario			

2	Analizar los resultados relacionados con lo planeado y ejecutado.		
3	Ayudar en operaciones de producción de los helados como colocación, desprendimiento, empackado, sellado, almacenamiento y distribución de los helados.		
4	Optimizar los procesos de trabajo dentro de la planta de producción.		
5	Establecer relaciones interpersonales con puntos de venta claves.		
6	Organizar y planificar las ventas de los helados.		
4	PROCEDIMIENTOS A EJECUTAR		
	a.	Organizar la logística en la participación de eventos, ferias y otros.	
	b.	Analizar el volumen de ventas, costos y utilidades.	
	c.	Determinar las mejores estrategias para realizar las ventas de helados.	
	d.	Monitoreo y control de clientes, prospectos y proyectos.	
	TAREAS O CRITERIOS DE DESEMPEÑO		
	a.	Prepara informes semanales sobre las ventas.	
	b.	Está a cargo del correcto funcionamiento y que se cumpla el plan de trabajo establecido.	
	c.	Buscar nuevos canales de distribución y ventas.	
	d.	Trasmitir políticas, procedimientos y/o novedades sobre ventas.	
e.	Acompañar a la empresa en visitas conjuntas,		
5	COMPETENCIAS		
	a.	Técnicas o Aptitudinales	
	Tipo		Nivel
	a) Responsabilidad		Alto
	b) Cumplimientos en el cierre de ventas.		Alto
	c) Identificación con la empresa		Alto
	d) Pensamiento Analítico		Alto
	e) Habilidades y experiencia en la gerencia de personas.		Alto
	b.	Actitudinales o Psicopersonales	
	Tipo		Nivel
	a) Dinámico y Proactivo		Alto
	b) Orientación al cliente interno y externo		Medio
	c) Trabajo en equipo		Alto
	d) Preocupación por el orden y la calidad en sus tareas		Alto
	D	PERFIL DEL PUESTO	
1	EDUCACIÓN: Egresado o Ingeniero en Márketing, Administración, Economía y/o Finanzas.		
2	FORMACIÓN:		
	Haber recibido actualizaciones de:		
	Marketing publicitario		
	Comunicación efectiva y trabajo en equipo		
	Tener conocimientos de:		
	Marketing y Ventas		
	Relaciones Públicas		

	Programación Neurolingüística	
3	EXPERIENCIA:	
	Tipo	Tiempo
	Profesional y relacionada	1 año
4	Edad Óptima	
	25 a 35 años	
Elaborado por:		Revisado por:
Paola Cevallos		Ing. Ibeth Molina
		Aprobado por:
		Ing. Ibeth Molina

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Nota: La contadora en el organigrama estructural y funcional es considerada como auxiliar de prestación de servicios profesionales, por lo tanto no es considerada como una ficha técnica que describa sus funciones dentro de la empresa.

3.3 CONTROL DE GESTIÓN

3.3.1 Haga un listado de los indicadores de gestión necesarios.

Tabla N° 74 Indicadores de Gestión

ÁREAS	INDICADORES	FÓRMULAS	INTERPRETACIÓN
COMERCIAL	Satisfacción del cliente	Número de clientes satisfechos / Número de clientes totales	Permite conocer el nivel de satisfacción del cliente, es decir, el trato que ha tenido durante la compra de los helados.
	Tiempo de respuesta	Tiempo de real de entrega/ tiempo programado	Permite conocer si los tiempos de respuesta en los pedidos solicitados están cumpliéndose.
	Número de Quejas	(N° Quejas generadas / N° resultados entregados a clientes).	Establece el número de quejas que la organización ha recibido durante un periodo determinado.

	Participación del mercado	Total de clientes atendidos/ Total de la población personas diabéticas en Ambato	Este indicador establece si la empresa ha tenido participación dentro del mercado de helados en la ciudad de Ambato.
	Fidelidad del cliente	(N° de clientes que repiten el consumo de la helados / Total de clientes) x 100	Éste define si la empresa tiene clientes fieles en el consumo de helados.
	Calificación a proveedores	N° de proveedores eficientes / Total de proveedores	Califica al proveedor en cuanto a su eficiencia en el servicio prestado.
	Cumplimiento de objetivos	(N° de objetivos realizados / N° objetivos propuestos) x100	Compara el cumplimiento de los objetivos realizados con los objetivos propuestos del proyecto.
ADMINISTRATIVA	Rotación de inventarios	Aprovisionamiento / Existencias	Mide el número de veces en que se aprovisiona las mercaderías y las existencias que existe
	Calidad en la producción	Productos con defectos / Total de productos elaborados.	Medición del cumplimiento de los estándares de calidad en la elaboración de los helados.
	Mano de Obra	Volumen de producción / horas de hombres trabajada	Da a conocer la eficiencia de la mano de obra en el área de producción de helados

FINANCIERA	Compras Netas	Compras brutas – devoluciones y descuentos.	Permite conocer el nivel de las compras netas realizadas en un determinado tiempo.
	Ventas Netas	(Ventas Brutas – devoluciones y descuentos)	Permite obtener el nivel de las ventas netas realizadas en un determinado tiempo.
	Costo de ventas	Inventario Inicial de Mercaderías + Compras netas – Inventario Final de Mercaderías.	Se obtiene de los inventarios y las compras netas, para saber el costo de producir un producto.
	Margen Bruto	$\frac{(\text{Ventas Netas} - \text{Costo de Ventas})}{\text{Ventas}}$	Es la utilidad líquida del ejercicio luego de restar las ventas netas menos el costo de ventas.
	Rentabilidad neta de ventas	$(\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas}) \times 100$	Este indicador determina a través de un porcentaje el margen de rentabilidad que se ha obtenido a través de la utilidad en ventas frente a ventas.

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

3.4 NECESIDADES DE PERSONAL

La empresa de helados “Glucemia Ice Cream” inicia con tres empleados, se proyecta que en el lapso de dos años tenga alrededor de seis empleados, cada uno de ellos deberá desempeñar funciones de forma eficiente, pensando en el

desarrollo y progreso de la misma, generando utilidad y beneficiándose para alcanzar la misión y visión empresarial.

Tabla N° 75 Personal del futuro.

N° PERSONAS	ACTIVIDAD	TIEMPO	HORAS DE TRABAJO
1	Administrador	Completo	8 horas
1	Jefe de Producción	Completo	8 horas
2	Ayudante	Completo	8 horas
1	Contador	Completo	8 horas

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

CAPÍTULO IV

ÁREA JURÍDICO LEGAL

4.1 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

Para la determinación jurídica se ha tomado la Ley de Compañías ecuatoriana, para lo que en el presente proyecto se implementará la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada porque esta permite que el fundador o mentor del proyecto sea una sola persona, con denominación de “gerente-propietario”; además, en la formación de esta clase de empresa en lo que se refiere al tema conyugal, hace referencia que sí forma parte de la empresa siempre y cuando el proceso de formación legal se hizo en estado civil de casados, pero si se creara la empresa después de un matrimonio, el único gerente-propietario es la persona que formó la empresa, es decir, que el conyugue no forma parte de ésta. También que esta clase de empresa se constituye mediante escritura pública otorgada por cualquier notario del cantón Ambato.

4.2 PATENTES Y MARCAS

Para registrar otra marca, estos son los pasos a seguir:

BÚSQUEDA FONÉTICA:

1. Realizar la búsqueda fonética de denominación (Este trámite dura 5 días hábiles). Para el efecto se debe presentar una carta o enviar un correo electrónico en el que detalle la denominación cuya búsqueda va a solicitar.
2. Informe de búsqueda general de Signo Distintivo \$ 16,00
3. Informe de búsqueda especial con base en cualquiera de los siguientes criterios: titular, clase internacional, año de registro y solicitudes en trámite en determinado período (por cada signo distintivo encontrado) \$ 2,00

- | | | |
|---|----------------------------|---------------------------------------|
|  | Atención al Usuario | Fecha de Presentación: |
| SOLICITUD DE BÚSQUEDA FONÉTICA: | | |
| Datos del solicitante: | | |
| Nombres y Apellidos: | | |
| Número de cédula de ciudadanía: | | |
| Correo Electrónico: | | |
| Denominación: | | |
| <div style="border: 1px solid black; height: 40px;"></div> | | |
| RECEPCIÓN: | | _____
FIRMA DEL SOLICITANTE |
-
- | | | |
|---|----------------------------|---------------------------------------|
|  | Atención al Usuario | Fecha de Presentación: |
| SOLICITUD DE BÚSQUEDA FONÉTICA: | | |
| Datos del solicitante: | | |
| Nombres y Apellidos: | | |
| Número de cédula de ciudadanía: | | |
| Correo Electrónico: | | |
| Denominación: | | |
| <div style="border: 1px solid black; height: 40px;"></div> | | |
| RECEPCIÓN: | | _____
FIRMA DEL SOLICITANTE |

REGISTRO DE LA MARCA COMERCIAL:

1. Carta solicitando que se realice el trámite de registro de marca y/o de nombre comercial.
2. Solicitud de registro de signos distintivos, suscrita por el peticionario.
3. Dos copias de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación del peticionario.

4. Copia notariada del nombramiento del representante legal, en caso de ser compañía.
5. Si la marca es figurativa o mixta deberá presentar seis etiquetas a color tamaño 5 x 5 cm., en papel adhesivo.
6. “Declaración de exoneración de responsabilidades”, debidamente suscrita por el socio.

PROCESO DE LAS SOLICITUDES EN LÍNEA PARA REGISTRAR UNA MARCA

- Ingrese a la página de www.propiedadintelectual.gob.ec
- Seleccione la pestaña Programas / Servicios, del menú principal ubicado en la parte superior.



Gráfico N° 28 Solicitud en Línea
Fuente: IEPI.

- Ingrese a la opción solicitudes en línea
- La aplicación le preguntará si usted posee Casillero Virtual del IEPI. Si cuenta con un casillero ya registrado, ingrese los datos respectivos, caso contrario sírvase acceder al link adjunto y cree su casillero.

Gráfico N° 29 Solicitud en Línea
Fuente: IEPI.

- Llenar la solicitud dl casillero virtual con la información virtual. Al momento de Ingresar su información cumpla con todos los campos obligatorios.
- Usted recibirá un mensaje a través del correo electrónico registrado en su solicitud, con el usuario y contraseña para acceder al sistema.
- Retornar a la página web institucional del IEPE www.propiedadintelectual.gob.ec
- Seleccione la pestaña Programas/Servicios, del menú principal ubicado en la parte superior.
- Ingresar a la opción Mi Casillero, del menú ubicado en la parte izquierda.
- Introducir al usuario y contraseña recibidos en el mensaje de correo antes mencionado.
- La primera vez que ingrese al sistema Casillero Virtual se solicitará cambiar su contraseña como acción de seguridad. Luego de esta acción, usted ha creado un casillero virtual, por lo que, puede ya cerrar la aplicación. Recuerde que en este casillero recibirá las próximas notificaciones generadas por los trámites ingresados.
- Ingresar nuevamente a la pestaña Solicitudes en Línea, del menú lateral ubicado a la parte izquierda del portal.
- Introducir el usuario y contraseña que usted registró y obtuvo de la aplicación de Casilleros Virtuales

Gráfico N° 30 Registro de Usuario

Fuente: IEPI.

- Seleccione el tipo de solicitud que desee ingresar

Gráfico N° 31 Ingreso de Solicitud

Fuente: IEPI.

- Ingresar la información requerida considerando los campos obligatorios. Toda la información a registrar debe ser clara y bajo los formatos establecidos en el formulario. Recuerde que la información ingresada por usted es la que será registrada en su trámite, si requiere un cambio de datos por alguna razón deberá hacerlo como un trámite de alcance o modificación al registro.
- Una vez completa la información, generar la vista previa de la solicitud.
- Si no existen cambios u observaciones a la solicitud, ingresar nuevamente a la misma con el botón de Editar y Generar Comprobante de Pago.

Tipo de Solicitud	Nombre	Fecha última modificación	Estado	Expediente	Acciones
Registro de Signos Distintivos	Denominativo - Prueba	2014-04-23 10:51:58	Vista Previa		[Icono]
Registro de Signos	Denominativo - prueba	2014-04-04 17:34:29	Proceso	IEPI-01-01-01-2014-01-000064	[Icono] Editar Solicitud

Gráfico N° 32 Generación del comprobante IEPI

Fuente: IEPI.

- Imprimir el comprobante de pago y acercarse a cualquier agencia del Banco del Pacífico para realizar el pago por el servicio.

INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL -IEPI-
 Av. República 396 y Diego Almagro, Edif. FORUM 300, Telf: 3943000 Quito - Ecuador
 R. U. C. 1760013560001

FECHA: 23/04/2014 COMPROBANTE DE INGRESO: **N°. S-514749**

CLIENTE(S): ZURITA MATOS VERÓNICA YANINA

CANTIDAD	CONCEPTO	CÓDIGO DE TASA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Signo Marca de Producto		\$0.00	\$0.00
TOTAL:				\$0.00

ÁREA: Registro de Signos Distintivos - Marca de Producto

Gráfico N° 33 Comprobante del pago de la marca IEPI

Fuente: IEPI.

- Una vez realizado el pago, ingresar nuevamente al módulo de Solicitudes en línea.
- Ingresar el número de Depósito / Comprobante / CUR que se encuentre registrado en el comprobante de pago.

OBSERVACIONES A LA SOLICITUD
 (*) Campos Obligatorios

* Número de Comprobante / CUR:

* Comprobante de Pago:
 Debe adjuntar un archivo con extensión .pdf, de un tamaño máximo de 16 MB.

Gráfico N° 34 Subir comprobante de pago

Fuente: IEPI.

- Escanear el comprobante de pago o el registro de pago correspondiente, y adjuntarlo en formato PDF.
- Seleccionar Aceptar
- Considere que una vez que usted inicia el proceso, el sistema automáticamente le asignará un número de trámite (expediente y otorgará la fecha y hora de recepción del mismo. (Esto se considerará para la prioridad del trámite), por lo que, deberá verificar la consistencia de dichos datos.



Tipo de Solicitud	Nombre	Fecha última modificación	Estado	Expediente	Acciones
Registro de Signos Distintivos	Denominativo - Prueba	2014-04-23 11:08:26	Proceso Iniciado	IEPI-01-01-01-2014-01-000000	

Gráfico N° 35 Comprobante registrado

Fuente: IEPI.

- Las solicitudes generadas no requerirán la entrega física en las ventanillas del IEPI, a no ser que se requiera ingresar documentación que no pudo se adjuntada al trámite en línea. Mientras que, para las solicitudes correspondientes a búsquedas fonéticas es obligatorio entregar la solicitud en las ventanillas de Recepción de Documentos del IEPI.
- Usted podrá verificar el estado de la solicitud remitida en la parte superior de su buzón electrónico, al ingresar a la opción Solicitudes en Línea del portal www.propiedadintelectual.gob.ec. (Registro de Marca del IEPI, 2016)

4.3 DETALLE TODO TIPO DE LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES (PATENTES, INICIO DE ACTIVIDADES, ETC.).

A. Requisitos para la obtención del RUC:

- Copia de la cédula, papeleta de votación del representante legal de la empresa.
- Copia del nombramiento del representante legal de la empresa.
- Copia de los estatutos de la constitución de la empresa.
- Llenar el documento 01 del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

B. Requisitos para la obtención de la patente municipal:

- Copia del R.U.C.
- Copia de cédula y papeleta de votación
- Formulario de declaración inicial de la actividad económica

C. Requisitos para la afiliación a la Cámara de Comercio de Ambato:

- R.U.C.
- Nombramiento del Gerente o Representante legal en Ambato.
- Dos fotos tamaño carnet del Gerente.
- Cédulas y certificados de votación de Accionistas.
- Valor de la afiliación según capital indicado en la escritura.
- Permiso de funcionamiento de los Bomberos.

C. Certificación única de habilitación (GADMA)

- Solicitud dirigida al Sr. Alcalde (debe constar dirección, número de teléfono celular, nombre del negocio, actividad del negocio, croquis específico con referencias.)
- Formulario de solicitud en banco
- Copia del RUC

D. Certificado de uso de suelo

- Solicitud dirigida al Sr. Alcalde (debe constar dirección, número de teléfono celular, nombre del negocio, actividad del negocio, croquis al reverso.)
- Copia del RUC

E. Requisitos para la obtención del certificado del cuerpo de bomberos:

- Copia del R.U.C.de la organización
- Inspección a la empresa (que se realiza al día siguiente de la entrega del R.U.C.)
- Cumplir todas las normas de salud correspondiente.
- Copia del último pago del impuesto predial.
- Copia de la planilla de servicios básicos con la dirección del establecimiento.
- Copia del Uso de Suelo otorgada por el GADMA
- Croquis de la ubicación del establecimiento.

- El costo va desde los \$ 6, 10 y 18 dólares o más dependiendo del tamaño y riesgo de incendio de la empresa.

F. Requisitos para obtener la calificación patronal en el Instituto Ecuatoriano De Seguridad Social (IESS):

- Copia del R.U.C.
- Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- Copia de la cédula de identidad de los trabajadores.
- Llenar el formulario de la cédula de Inscripción Patronal.

G. Requisitos para la obtención del permiso sanitario:

- Solicitud para permiso sanitario dirigido al señor Jefe Provincial de Salud de Tungurahua en el lugar que pertenezca la jurisdicción de la empresa, como es en el cantón Ambato.
- Aprobada por la solicitud, el Inspector de Salud realiza la inspección respectiva a la empresa a fin de otorgar el permiso.

H. Ministerio de Salud Pública

- Permiso de funcionamiento para locales establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario (Acuerdos Ministeriales 4712 y 4907)
- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos
- Copia RUC del establecimiento
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros del Ministerio de Salud
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

I. Permiso de funcionamiento

Según la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA, 2014), los requisitos que deberán cumplir las personas naturales y jurídicas de nacionalidad ecuatoriana o extranjera, para la obtención del permiso de funcionamiento son los siguientes:

- Comprobante de pago cuando corresponda después de haber completado la solicitud y adjuntar los requisitos solicitados.
- Los siguientes requisitos no son necesarios adjuntarlos pues serán verificados en línea con las instituciones pertinentes.
- Número de cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren.
- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE)
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad.

CAPÍTULO V

ÁREA FINANCIERA

(FALTA COPIAR EL DETALLE DEL APORTE DE LOS BIENES)

5.1 PLAN INVERSIONES

La inversión, es la colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esto quiere decir que, al invertir, se resigna un beneficio inmediato por uno improbable. Un proyecto de inversión, por lo tanto, es una propuesta de acción que, a partir de la utilización de los recursos disponibles, considera posible obtener ganancias. Estos beneficios, que no son seguros, pueden ser conseguidos a corto, mediano o largo plazo. (Chain Sapag, 2011, pág. 21).

Tabla N° 76 Plan de Inversiones

CANT.	UNID. DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	VALOR UNIT.	TOTAL (USD)
		LOCAL		
1		Terreno de 100 metros	\$6.000,00	\$6.000,00
1		Construcción	\$2.567,61	\$2.567,61
		TOTAL LOCAL		\$8.567,61
		INSTALACIONES Y REMODELACIONES		
		Instalaciones		\$107,66
6	pto	Punto de Luz	\$7,45	\$44,70
6	pto	Toma corrientes	\$5,45	\$32,70
2	Und	Tablero principal de distribución (6 circuitos)	\$15,13	\$30,26
		Remodelaciones y adecuaciones		\$357,84
6	m²	Paredes Gypsum	\$25,00	\$150,00
1	Und	Fregadero 1 pozo y escurridor, incluido accesorios	\$65,00	\$65,00
1	Unid	Lavamanos de pared	\$26,00	\$26,00
1	Unid	Inodoro línea intermedia, color blanco, incluye grifería	\$46,00	\$46,00

28	Metros	Pintura interior y exterior	\$2,53	\$70,84
		TOTAL INST. Y REMODELACIONES		\$465,50
		MUEBLES Y ENSERES		
1	Und	Escritorio (melaminico de 25 mm, con filo en canto duro, gaveta de tres servicios)	\$250,00	\$250,00
1	Und	Silla giratoria con brazos	\$35,00	\$35,00
1	Und	Mesa de lámina acero inoxidable (112,3 x 82) y 90 de alto	\$180,00	\$180,00
2	Und	Sillas de metal	\$30,00	\$60,00
2	Und	Estanterías de tres pisos	\$120,00	\$240,00
		TOTAL MUEBLES Y ENSERES		\$765,00
		MAQUINARIA Y EQUIPOS		
1	Und	Cocina industrial 3 quemadores (acero inoxidable)	\$75,00	\$75,00
1	Und	Licuada BLSTDG-BOO-013 6 VELOC. OSTER	\$115,00	\$115,00
1	Und	Refrigeradora vertical	\$803,00	\$803,00
1	Und	Balanza Electrónica Industrial 300kg / 660 lb.	\$170,00	\$170,00
1	Und	Congelador horizontal Indurama 15 pies	\$932,00	\$932,00
1	Und	Congelador industrial vertical	\$850,00	\$850,00
1	Und	Tanque de gas industrial (15 kg)	\$75,00	\$75,00
1	Und	Batidora Industrial 30 lt.	\$450,00	\$450,00
1	Und	Selladora Polietileno	\$600,00	\$600,00
1	Und	Cocina para baño a María (Desprendimiento de helados)	\$350,00	\$350,00
39	Und	Moldes de Helados de 4 Und en acero inoxidable	\$10,00	\$390,00
		TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS		\$4.810,00
		EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
1	Und	Computador	\$500,00	\$500,00
1	Und	Impresora Canon	\$100,00	\$100,00
		TOTAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN		\$600,00
		EQUIPO DE OFICINA		
1	Und	Teléfono Panasonic	\$30,00	\$30,00

1	Und	Sumadora	\$20,00	\$20,00
		TOTAL EQUIPO DE OFICINA		\$50,00
		VEHÍCULOS		
1	Unid	Mini Buseta N500 año 2010, color blanco	\$8.500,00	\$8.500,00
		TOTAL VEHÍCULOS		\$8.500,00
		INVENTARIOS		
		Materias primas		\$346,46
40	Kilos	Mora	\$1,30	\$52,00
60	Kilos	Frutilla	\$1,00	\$60,00
60	Und	Aguacate	\$0,28	\$16,80
5	Kilos	Durazno	\$1,78	\$8,90
10	Litros	Leche descremada	\$0,50	\$5,00
20	Cubetas	Huevos	\$3,00	\$60,00
24	Cajas	Stevia con sobres de 100g.	\$5,99	\$143,76
		Materiales/Suministros		\$3.225,06
27600	Und	Empaque plásticos	\$0,05	\$1.380,00
27600	Und	Palitos de helados de madera con impresión a laser	\$0,05	\$1.380,00
2	Und	Colador ERGO #10 T^50	\$0,90	\$1,80
2	Und	Jarra Bambina 1L C/TAPA PICA	\$1,11	\$2,22
2	Und	Paletas de madera	\$1,52	\$3,04
2	Und	Cucharetas de aluminio	\$7,00	\$14,00
1	Und	Lechero 20 LTS industrial tapa refors	\$35,00	\$35,00
5	Und	Recipientes de aluminio	\$10,00	\$50,00
4	Und	Balde 20 LT. PICA	\$6,00	\$24,00
4	Und	Mandiles	\$15,00	\$60,00
6	Caja	Guantes quirúrgicos (100 Und)	\$10,00	\$60,00
4	Und	Gorros tipo Bounfand	\$2,50	\$10,00
10	Und	Gavetas Industriales	\$15,00	\$150,00
5	Unid	Hieleras grandes cooler térmica espuma Flex 40 lt.	\$11,00	\$55,00
		TOTAL INVENTARIOS		\$3.571,52
		COSTOS DE CONSTITUCIÓN		
1	Und	Escrituras	\$256,00	\$256,00
1	Und	Patente Municipal	\$30,00	\$30,00
1	Und	Formulario Uso del suelo	\$1,72	\$1,72
1	Und	Solicitud al Sr. Alcalde	\$3,00	\$3,00
1	Und	Registro de marca	\$175,00	\$175,00

		TOTAL COSTOS DE CONSTITUCION		\$465,72
TOTAL				\$27.795,35

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación.- El Plan de Inversiones asciende a \$27.795,35 dólares, en los cuales se invierte en infraestructura, inmobiliario, vehículo e inventarios de materias primas, herramientas y todo lo necesarios para el proceso de producción de los helados de “Glucemia Ice Cream”, inclusive los valores que los Costos de Constitución para las actividades empresariales, esta inversión permitirá la ejecución del presente proyecto de emprendimiento.

5.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.(Baca Urbina, 2010, pág. 153).

a) Forma de financiamiento

Tabla N° 77 Plan de Financiamiento

PLAN DE FINANCIACIÓN			
DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)	PARCIAL (%)	TOTAL (%)
Recursos Propios	\$17.795,35	100%	64%
Efectivo	\$2.439,43	14%	9%
Bienes	\$15.355,92	86%	55%
Recursos de terceros	\$10.000,00	100%	36%
Préstamo bancario	\$10.000,00	100%	36%
TOTAL	\$27.795,35		100%

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación.- El valor que se va a financiar es de a \$27.795,35 dólares, los mismos que el 64% es decir los \$17.795,35 son valores que provienen de recursos propios, mientras que el 36% de la inversión que es \$10.000,00 son recursos de

terceros, dicho valor fue financiado a un plazo de cinco años, con una tasa de interés del 11,23% en el Banco Pacífico, de esta forma cubriendo toda el valor de financiamiento.

Tabla N° 78 Detalle del aporte de los recursos propios

BIENES	VALOR
Terreno de 100 metros	\$6.000,00
Construcción	\$2.567,61
Punto de Luz	\$44,70
Toma corrientes	\$32,70
Tablero principal de distribución (6 circuitos)	\$30,26
Paredes Gypsum	\$150,00
Fregadero 1 pozo y escurridor, incluido accesorios	\$65,00
Lavamanos de pared	\$26,00
Inodoro línea intermedia, color blanco, incluye grifería	\$46,00
Pintura interior y exterior	\$70,84
Escritorio (melaminico de 25 mm, con filo en canto duro, gaveta de tres servicios)	\$250,00
Silla giratoria con brazos	\$35,00
Mesa de lámina acero inoxidable (112,3 x 82) y 90 de alto	\$180,00
Sillas de metal	\$60,00
Estanterías de tres pisos	\$240,00
Cocina industrial 3 quemadores (acero inoxidable)	\$75,00
Licuada BLSTDG-BOO-013 6 VELOC. OSTER	\$115,00
Refrigeradora vertical	\$803,00
Tanque de gas industrial (15 kg)	\$75,00
Moldes de Helados de 4 Und. en acero inoxidable	\$390,00
Computador	\$500,00
Impresora Canon	\$100,00
Teléfono Panasonic	\$30,00
Sumadora	\$20,00

Empaque plásticos	\$1.380,00
Palitos de helados de madera con impresión a laser	\$1.380,00
Colador ERGO #10 T^50	\$1,80
Jarra Bambina 1L C/TAPA PICA	\$2,22
Paletas de madera	\$3,04
Cucharetas de aluminio	\$14,00
Lechero 20 LTS industrial tapa refors	\$35,00
Recipientes de aluminio	\$50,00
Balde 20 LT. PICA	\$24,00
Mandiles	\$60,00
Guantes quirúrgicos (100 Und)	\$60,00
Gorros tipo Bounfand	\$10,00
Gavetas Industriales	\$150,00
Hieleras grandes cooler térmica espuma Flex 40 lt.	\$55,00
Resmas de papel	\$5,00
Esferos	\$5,00
Perforadora	\$2,50
Carpeta Archivador	\$2,50
Grapadora	\$2,50
Cuadernos	\$1,25
Carpetas de cartón	\$0,50
Escobas	\$9,00
Palas	\$2,00
Papel higiénico Industrial pacas de 4 Und.	\$96,00
Basureros Industriales	\$16,00
Basureros Pequeños	\$2,00
Franelas	\$2,00
Fundas de basura industriales	\$3,00
Detergente de 5 kilos	\$30,00
Jabón Líquido	\$10,50
Desinfectante	\$35,00

Total Bienes	\$15.355,92
Dinero en efectivo	\$2.439,43
TOTAL APOORTE EN BIENES Y DINERO	\$17.795,35

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación: El valor del aporte en bienes y dinero o el efectivo es de \$17.795,35 dólares, el mismo que se subdivide en un aporte inicial en bienes con una cantidad de \$15.355,92 más el valor en efectivo que aportará la emprendedora que es de \$2.439,43 dólares se obtiene el contribución total.

5.3 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

“Costo de producción, son los costos utilizados en la transformación de un producto en una empresa industrial, estos costos son asignados a la mano de obra directa, materia prima directa y los costos indirectos de fabricación” (Ortega Pereira, 2007, pág. 140).

a) Detalle de Costos.

Tabla N° 79 Detalle de Costos del Helado de Mora

HELADO DE MORA (27 DIARIOS)					
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Materias Primas					
Mora	kilogramo	60	\$ 1,30	\$ 78,00	\$ 936,00
Leche Descremada	litros	60	\$ 0,50	\$ 30,00	\$ 360,00
Mano de Obra	salario	1	\$ 132,26	\$ 132,26	\$ 1.587,06
Costos Indirectos de Fabricación					
Stevia	gramos	580	\$ 0,06	\$ 34,74	\$ 416,90
Agua embotellada	litros	8	\$ 0,10	\$ 0,80	\$ 9,60
Gas Industrial	kilogramo	1	\$ 3,75	\$ 3,75	\$ 45,00
Claros de huevo	unidades	60	\$ 0,10	\$ 6,00	\$ 72,00
Empaque plásticos	unidad	580	\$ 0,05	\$ 29,00	\$ 348,00
Palitos de helados de madera con impresión a laser	unidad	580	\$ 0,05	\$ 29,00	\$ 348,00
Consumo de agua potable	m ³	9	\$ 0,48	\$ 4,08	\$ 48,96
Energía Eléctrica	kWh	100	\$ 0,08	\$ 8,00	\$ 96,00
Mantenimiento					
Maquinaria		1	\$ 2,08	\$ 2,08	\$ 25,00
Combustible		1	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 90,00

Depreciaciones					
Maquinaria y Equipos					
Cocina industrial 3 quemadores (acero inoxidable)		1	\$ 0,16	\$ 0,16	\$ 1,88
Licuada BLSTDG-BOO-013 6 VELOC. OSTER		1	\$ 0,24	\$ 0,24	\$ 2,88
Refrigeradora vertical		1	\$ 1,67	\$ 1,67	\$ 20,08
Balanza Electrónica Industrial 300kg / 660 lb.		1	\$ 0,35	\$ 0,35	\$ 4,25
Congelador horizontal Indurama 15 pies		1	\$ 1,94	\$ 1,94	\$ 23,30
Congelador industrial vertical		1	\$ 1,77	\$ 1,77	\$ 21,25
Tanque de gas industrial (15 kg)		1	\$ 0,16	\$ 0,16	\$ 1,88
Batidora Industrial 30 lt.		1	\$ 0,94	\$ 0,94	\$ 11,25
Selladora Polietileno		1	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 15,00
Cocina para baño a María (Desprendimiento de helados)		1	\$ 0,73	\$ 0,73	\$ 8,75
Moldes de Helados de 4 Und en acero inoxidable		1	\$ 0,81	\$ 0,81	\$ 9,75
Muebles y Enseres					
Estanterías de tres pisos		1	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 6,00
SUBTOTAL HELADO DE MORA			\$ 158,83	\$ 375,73	\$ 4.508,78

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación.- En la producción de los helados de mora el costo mensual será de \$ 375,73 dólares, mientras que el costo anual es de \$4.508,78 dólares, los mismos que son los costos de producción en lo que interviene la mano de obra, materia prima y los costos indirectos de fabricación.

Tabla N° 80 Detalle de Costos del Helado de Frutilla

HELADO DE FRUTILLA (27 DIARIOS)					
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Materias primas					
Frutilla	Kilogramos	60	\$ 1,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Leche Descremada	Litros	60	\$ 0,50	\$ 30,00	\$ 360,00
Mano de Obra	salario	1	\$ 132,26	\$ 132,26	\$ 1.587,06
Costos Indirectos de Fabricación					
Stevia	kilogramo	580	\$ 0,06	\$ 34,74	\$ 416,90
Agua embotellada	litros	7	\$ 0,10	\$ 0,70	\$ 8,40
Gas Industrial	kilogramo	1	\$ 3,75	\$ 3,75	\$ 45,00
Claras de huevo	gramo	60	\$ 0,10	\$ 6,00	\$ 72,00
Empaque plásticos	unidad	580	\$ 0,05	\$ 29,00	\$ 348,00
Palitos de helados de madera con impresión a laser	unidad	580	\$ 0,05	\$ 29,00	\$ 348,00
Consumo de agua potable	m ³	9	\$ 0,48	\$ 4,08	\$ 48,96
Energía Eléctrica	kWh	100	\$ 0,08	\$ 8,00	\$ 96,00
Mantenimiento					
Maquinaria		1	\$ 2,08	\$ 2,08	\$ 25,00
Combustible		1	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 90,00
Depreciaciones					
Maquinaria y Equipos					
Cocina industrial 3 quemadores (acero inoxidable)		1	\$ 0,16	\$ 0,16	\$ 1,88

Licuada BLSTDG-BOO-013 6 VELOC. OSTER		1	\$ 0,24	\$ 0,24	\$ 2,88
Refrigeradora vertical		1	\$ 1,67	\$ 1,67	\$ 20,08
Balanza Electrónica Industrial 300kg / 660 lb.		1	\$ 0,35	\$ 0,35	\$ 4,25
Congelador horizontal Indurama 15 pies		1	\$ 1,94	\$ 1,94	\$ 23,30
Congelador industrial vertical		1	\$ 1,77	\$ 1,77	\$ 21,25
Tanque de gas industrial (15 kg)		1	\$ 0,16	\$ 0,16	\$ 1,88
Batidora Industrial 30 lt.		1	\$ 0,94	\$ 0,94	\$ 11,25
Selladora Polietileno		1	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 15,00
Cocina para baño a María (Desprendimiento de helados)		1	\$ 0,73	\$ 0,73	\$ 8,75
Moldes de Helados de 4 Und en acero inoxidable		1	\$ 0,81	\$ 0,81	\$ 9,75
Muebles y Enseres					
Estanterías de tres pisos		1	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 6,00
SUBTOTAL HELADO DE FRUTILLA			\$ 158,53	\$ 357,63	\$ 4.291,58

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación.- En la producción de los helados de frutilla el costo mensual será de \$ 357,63 dólares, mientras que el costo anual es de \$4.291,58 dólares, los mismos que son los costos de producción en lo que interviene la mano de obra, materia prima y los costos indirectos de fabricación.

Tabla N° 81 Detalle de Costos del Helado de Aguacate

HELADO DE AGUACATE (27 HELADOS)					
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Materias Primas					
Aguacate	Unid.	300	\$ 0,28	\$ 84,00	\$ 1.008,00
Leche Descremada	Litros	60	\$ 0,50	\$ 30,00	\$ 360,00
Mano de Obra	salario	1	\$ 132,26	\$ 132,26	\$ 1.587,06
Costos Indirectos de Fabricación					
Stevia	kilogramo	580	\$ 0,06	\$ 34,74	\$ 416,90
Agua embotellada	m³	5	\$ 0,10	\$ 0,50	\$ 6,00
Gas Industrial	kilogramo	1	\$ 3,75	\$ 3,75	\$ 45,00
Claras de huevo	gramo	60	\$ 0,10	\$6,00	\$ 72,00
Empaque plásticos	unidad	580	\$ 0,05	\$ 29,00	\$ 348,00
Palitos de helados de madera con impresión a laser	unidad	580	\$ 0,05	\$ 29,00	\$ 348,00
Consumo de agua potable	m³	9	\$ 0,48	\$ 4,08	\$ 48,96
Energía Eléctrica	kWh	100	\$ 0,08	\$ 8,00	\$ 96,00
Mantenimiento					
Maquinaria		1	\$ 2,08	\$ 2,08	\$ 25,00
Combustible		1	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 90,00
Depreciaciones					
Maquinaria y Equipos					
Cocina industrial 3 quemadores (acero inoxidable)		1	\$ 0,16	\$ 0,16	\$ 1,88
Licadora BLSTDG-BOO-013 6 VELOC. OSTER		1	\$ 0,24	\$ 0,24	\$ 2,88

Refrigeradora vertical		1	\$ 1,67	\$ 1,67	\$ 20,08
Balanza Electrónica Industrial 300kg / 660 lb.		1	\$ 0,35	\$ 0,35	\$ 4,25
Congelador horizontal Indurama 15 pies		1	\$ 1,94	\$ 1,94	\$ 23,30
Congelador industrial vertical		1	\$ 1,77	\$ 1,77	\$ 21,25
Tanque de gas industrial (15 kg)		1	\$ 0,16	\$ 0,16	\$ 1,88
Batidora Industrial 30 lt.		1	\$ 0,94	\$ 0,94	\$ 11,25
Selladora Polietileno		1	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 15,00
Cocina para baño a María (Desprendimiento de helados)		1	\$ 0,73	\$ 0,73	\$ 8,75
Moldes de Helados de 4 Und en acero inoxidable		1	\$ 0,81	\$ 0,81	\$ 9,75
Muebles y Enseres					
Estanterías de tres pisos		1	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 6,00
SUBTOTAL HELADO DE AGUACATE			\$ 157,81	\$ 381,43	\$ 4.577,18

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación.- En la producción de los helados de aguacate el costo mensual será de \$ 381,43 dólares, mientras que el costo anual es de \$4.577,18 dólares, los mismos que son los costos de producción en lo que interviene la mano de obra, materia prima y los costos indirectos de fabricación.

Tabla N° 82 Detalle de Costos del Helado de Durazno

HELADO DE DURAZNO (27 HELADOS)					
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Materias primas					
Durazno	Kilogramos	40	\$ 1,78	\$ 71,20	\$ 854,40
Leche descremada	Litros	50	\$ 0,50	\$ 25,00	\$ 300,00
Mano de Obra	salario	1	\$ 132,26	\$ 132,26	\$ 1.587,06
Costos Indirectos de Fabricación					
Stevia	kilogramo	560	\$ 0,06	\$ 33,54	\$ 402,53
Agua embotellada	m ³	3	\$ 0,10	\$ 0,30	\$ 3,60
Gas Industrial	kilogramo	1	\$ 3,75	\$ 3,75	\$ 45,00
Claras de huevo	gramo	40	\$ 0,10	\$ 4,00	\$ 48,00
Empaque plásticos	unidad	560	\$ 0,05	\$ 28,00	\$ 336,00
Palitos de helados de madera con impresión a laser	unidad	560	\$ 0,05	\$ 28,00	\$ 336,00
Consumo de agua potable	m ³	9	\$ 0,48	\$ 4,08	\$ 48,96
Energía Eléctrica	kWh	100	\$ 0,08	\$ 8,00	\$ 96,00
Mantenimiento					
Maquinaria		1	\$ 2,08	\$ 2,08	\$ 25,00
Combustible		1	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 90,00
Depreciaciones					
Maquinaria y Equipos					
Cocina industrial 3 quemadores (acero inoxidable)		1	\$ 0,16	\$ 0,16	\$ 1,88
Licadora BLSTDG-BOO-013 6 VELOC. OSTER		1	\$ 0,24	\$ 0,24	\$ 2,88

Refrigeradora vertical		1	\$ 1,67	\$ 1,67	\$ 20,08
Balanza Electrónica Industrial 300kg / 660 lb.		1	\$ 0,35	\$ 0,35	\$ 4,25
Congelador horizontal Indurama 15 pies		1	\$ 1,94	\$ 1,94	\$ 23,30
Congelador industrial vertical		1	\$ 1,77	\$ 1,77	\$ 21,25
Tanque de gas industrial (15 kg)		1	\$ 0,16	\$ 0,16	\$ 1,88
Batidora Industrial 30 lt.		1	\$ 0,94	\$ 0,94	\$ 11,25
Selladora Polietileno		1	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 15,00
Cocina para baño a María (Desprendimiento de helados)		1	\$ 0,73	\$ 0,73	\$ 8,75
Moldes de Helados de 4 Und en acero inoxidable		1	\$ 0,81	\$ 0,81	\$ 9,75
Muebles y Enseres					
Estanterías de tres pisos		1	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 6,00
SUBTOTAL HELADO DE DURAZNO			\$ 159,31	\$ 358,23	\$ 4.298,80

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación.- En la producción de los helados de aguacate el costo mensual será de \$ 358,23 dólares, mientras que el costo anual es de \$4.298,80 dólares, los mismos que son los costos de producción en lo que interviene la mano de obra, materia prima y los costos indirectos de fabricación.

Tabla N° 83 Costos anuales de los helados

COSTOS ANUALES	MORA	FRUTILLA	AGUACATE	DURAZNO
MATERIA PRIMA	\$ 1.296,00	\$ 1.080,00	\$ 1.368,00	\$ 1.154,40
MANO DE OBRA	\$ 1.587,06	\$ 1.587,06	\$ 1.587,06	\$ 1.587,06
CIF	\$ 1.625,71	\$ 1.624,51	\$ 1.622,11	\$ 1.557,34
TOTAL	\$ 4.508,78	\$ 4.291,58	\$ 4.577,18	\$ 4.298,80

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación: En la presenta tabla se detalla los costos anuales que se requieren para la elaboración de los helados de mora, frutilla, aguacate y durazno, es decir, lo que se empleará en la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación. Los costos anuales para el helado de mora es de \$ 4.508,78 para el helado de frutilla es de \$ 4.291,58 dólares el helado de aguacate es de \$ 4.577,18 y el de durazno se incurre en un total de costos por un valor de \$ 4.298,80 dólares.

Tabla N° 84 Costos mensuales de los helados

COSTOS MENSUALES	MORA	FRUTILLA	AGUACATE	DURAZNO
MATERIA PRIMA	\$ 108,00	\$ 90,00	\$ 114,00	\$ 96,20
MANO DE OBRA	\$ 132,26	\$ 132,26	\$ 132,26	\$ 132,26
CIF	\$ 135,48	\$ 135,38	\$ 135,18	\$ 129,78
TOTAL	\$ 375,73	\$ 357,63	\$ 381,43	\$ 358,23

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación: En la presenta tabla se detalla los costos mensuales que se requieren para la elaboración de los helados de mora, frutilla, aguacate y durazno, es decir, lo que se empleará en la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación. Los costos mensuales para el helado de mora es de \$ 375,73 para el helado de frutilla es de \$ 357,63 dólares el helado de aguacate es de \$ 381,43 y el de durazno se incurre en un total de costos por un valor de \$ 358,23 dólares.

b) Proyección de Costos

Tabla N° 85 Proyección de costos del helado de mora (1)

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTOS 1		TOTAL AÑO 1	COSTOS 2		TOTAL AÑO 2
		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
HELADO DE MORA (27 DIARIOS)							
Materias Primas							
Mora	\$ 78,00		\$ 936,00	\$ 936,00		\$ 946,48	\$ 946,48
Leche Descremada	\$ 30,00		\$ 360,00	\$ 360,00		\$ 364,03	\$ 364,03
Mano de Obra	\$ 132,26		\$ 1.587,06	\$ 1.587,06		\$ 1.604,84	\$ 1.604,84
Costos Indirectos de Fabricación							
Stevia	\$ 34,74		\$ 416,90	\$ 416,90		\$ 421,57	\$ 421,57
Agua embotellada	\$ 0,80	\$ 9,60		\$ 9,60	\$ 9,71		\$ 9,71
Gas Industrial	\$ 3,75	\$ 45,00		\$ 45,00	\$ 45,50		\$ 45,50
Claros de huevo	\$ 6,00	\$ 72,00		\$ 72,00	\$ 72,81		\$ 72,81
Empaque plásticos	\$ 29,00	\$ 348,00		\$ 348,00	\$ 351,90		\$ 351,90
Palitos de helados de madera con impresión a laser	\$ 29,00	\$ 348,00		\$ 348,00	\$ 351,90		\$ 351,90
Consumo de agua potable	\$ 4,08		\$ 48,96	\$ 48,96		\$ 49,51	\$ 49,51
Energía Eléctrica	\$ 8,00		\$ 96,00	\$ 96,00		\$ 97,08	\$ 97,08
Mantenimiento							
Maquinaria	\$ 2,08	\$ 25,00		\$ 25,00	\$ 25,28		\$ 25,28
Combustible	\$ 7,50		\$ 90,00	\$ 90,00		\$ 91,01	\$ 91,01

Depreciaciones							
Maquinaria y Equipos							
Cocina industrial 3 quemadores (acero inoxidable)	\$ 0,16	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88
Licadora BLSTDG-BOO-013 6 VELOC. OSTER	\$ 0,24	\$ 2,88		\$ 2,88	\$ 2,88		\$ 2,88
Refrigeradora vertical	\$ 1,67	\$ 20,08		\$ 20,08	\$ 20,08		\$ 20,08
Balanza Electrónica Industrial 300kg / 660 lb.	\$ 0,35	\$ 4,25		\$ 4,25	\$ 4,25		\$ 4,25
Congelador horizontal Indurama 15 pies	\$ 1,94	\$ 23,30		\$ 23,30	\$ 23,30		\$ 23,30
Congelador industrial vertical	\$ 1,77	\$ 21,25		\$ 21,25	\$ 21,25		\$ 21,25
Tanque de gas industrial (15 kg)	\$ 0,16	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88
Batidora Industrial 30 lt.	\$ 0,94	\$ 11,25		\$ 11,25	\$ 11,25		\$ 11,25
Selladora Polietileno	\$ 1,25	\$ 15,00		\$ 15,00	\$ 15,00		\$ 15,00
Cocina para baño a María (Desprendimiento de helados)	\$ 0,73	\$ 8,75		\$ 8,75	\$ 8,75		\$ 8,75
Moldes de Helados de 4 Und en acero inoxidable	\$ 0,81	\$ 9,75		\$ 9,75	\$ 9,75		\$ 9,75
Muebles y Enseres							
Estanterías de tres pisos	\$ 0,50	\$ 6,00		\$ 6,00	\$ 6,00		\$ 6,00

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Tabla N° 86 Proyección de costos del helado de mora (2)

DESCRIPCIÓN	COSTOS 3		TOTAL AÑO 3	COSTOS 4		TOTAL AÑO 4	COSTOS 5		TOTAL AÑO 5
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
HELADO DE MORA (27 DIARIOS)									
Materias Primas									
Mora		\$ 957,08	\$ 957,08		\$ 967,80	\$ 967,80		\$ 978,64	\$ 978,64
Leche Descremada		\$ 368,11	\$ 368,11		\$ 372,23	\$ 372,23		\$ 376,40	\$ 376,40
Mano de Obra		\$ 1.622,81	\$ 1.622,81		\$ 1.640,99	\$ 1.640,99		\$ 1.659,37	\$ 1.659,37
Costos Indirectos de Fabricación									
Stevia		\$ 426,29	\$ 426,29		\$ 431,07	\$ 431,07		\$ 435,90	\$ 435,90
Agua embotellada	\$ 9,82		\$ 9,82	\$ 9,93		\$ 9,93	\$ 10,04		\$ 10,04
Gas Industrial	\$ 46,01		\$ 46,01	\$ 46,53		\$ 46,53	\$ 47,05		\$ 47,05
Claras de huevo	\$ 73,62		\$ 73,62	\$ 74,45		\$ 74,45	\$ 75,28		\$ 75,28
Empaque plásticos	\$ 355,84		\$ 355,84	\$ 359,82		\$ 359,82	\$ 363,85		\$ 363,85
Palitos de helados de madera con impresión a laser	\$ 355,84		\$ 355,84	\$ 359,82		\$ 359,82	\$ 363,85		\$ 363,85
Consumo de agua potable		\$ 50,06	\$ 50,06	\$ 0,00	\$ 50,62	\$ 50,62		\$ 51,19	\$ 51,19
Energía Eléctrica		\$ 98,16	\$ 98,16	\$ 0,00	\$ 99,26	\$ 99,26		\$ 100,37	\$ 100,37
Mantenimiento									
Maquinaria	\$ 25,56		\$ 25,56	\$ 25,85		\$ 25,85	\$ 26,14		\$ 26,14
Combustible		\$ 92,03	\$ 92,03		\$ 93,06	\$ 93,06		\$ 94,10	\$ 94,10

Depreciaciones									
Maquinaria y Equipos									
Cocina industrial 3 quemadores (acero inoxidable)	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88
Licuada BLSTDG-BOO-013 6 VELOC. OSTER	\$ 2,88		\$ 2,88	\$ 2,88		\$ 2,88	\$ 2,88		\$ 2,88
Refrigeradora vertical	\$ 20,08		\$ 20,08	\$ 20,08		\$ 20,08	\$ 20,08		\$ 20,08
Balanza Electrónica Industrial 300kg / 660 lb.	\$ 4,25		\$ 4,25	\$ 4,25		\$ 4,25	\$ 4,25		\$ 4,25
Congelador horizontal Indurama 15 pies	\$ 23,30		\$ 23,30	\$ 23,30		\$ 23,30	\$ 23,30		\$ 23,30
Congelador industrial vertical	\$ 21,25		\$ 21,25	\$ 21,25		\$ 21,25	\$ 21,25		\$ 21,25
Tanque de gas industrial (15 kg)	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88
Batidora Industrial 30 lt.	\$ 11,25		\$ 11,25	\$ 11,25		\$ 11,25	\$ 11,25		\$ 11,25
Selladora Polietileno	\$ 15,00		\$ 15,00	\$ 15,00		\$ 15,00	\$ 15,00		\$ 15,00
Cocina para baño a María (Desprendimiento de helados)	\$ 8,75		\$ 8,75	\$ 8,75		\$ 8,75	\$ 8,75		\$ 8,75
Moldes de Helados de 4 Und en acero inoxidable	\$ 9,75		\$ 9,75	\$ 9,75		\$ 9,75	\$ 9,75		\$ 9,75
Muebles y Enseres	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 0,00
Estanterías de tres pisos	\$ 6,00		\$ 6,00	\$ 6,00		\$ 6,00	\$ 6,00		\$ 6,00

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Tabla N° 87 Proyección de costos del helado de frutilla (1)

HELADO DE FRUTILLA (27 DIARIOS)	COSTO ANUAL	COSTOS 1		TOTAL AÑO 1	COSTOS 1		TOTAL AÑO 2
		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Materias primas							
Frutilla	\$ 60,00		\$ 720,00	\$ 720,00		\$ 728,06	\$ 728,06
Leche Descremada	\$ 30,00		\$ 360,00	\$ 360,00		\$ 364,03	\$ 364,03
Mano de Obra	\$ 132,26		\$ 1.587,06	\$ 1.587,06		\$ 1.604,84	\$ 1.604,84
Costos Indirectos de Fabricación							
Stevia	\$ 34,74		\$ 416,90	\$ 416,90		\$ 421,57	\$ 421,57
Agua embotellada	\$ 0,70	\$ 8,40		\$ 8,40	\$ 8,49		\$ 8,49
Gas Industrial	\$ 3,75	\$ 45,00		\$ 45,00	\$ 45,50		\$ 45,50
Claras de huevo	\$ 6,00	\$ 72,00		\$ 72,00	\$ 72,81		\$ 72,81
Empaque plásticos	\$ 29,00	\$ 348,00		\$ 348,00	\$ 351,90		\$ 351,90
Palitos de helados de madera con impresión a laser	\$ 29,00	\$ 348,00		\$ 348,00	\$ 351,90		\$ 351,90
Consumo de agua potable	\$ 4,08		\$ 48,96	\$ 48,96		\$ 49,51	\$ 49,51
Energía Eléctrica	\$ 8,00		\$ 96,00	\$ 96,00		\$ 97,08	\$ 97,08
Mantenimiento							
Maquinaria	\$ 2,08	\$ 25,00		\$ 25,00	\$ 25,28		\$ 25,28
Combustible	\$ 7,50		\$ 90,00	\$ 90,00		\$ 91,01	\$ 91,01

Depreciaciones							
Maquinaria y Equipos							
Cocina industrial 3 quemadores (acero inoxidable)	\$ 0,16	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88
Licadora BLSTDG-BOO-013 6 VELOC. OSTER	\$ 0,24	\$ 2,88		\$ 2,88	\$ 2,88		\$ 2,88
Refrigeradora vertical	\$ 1,67	\$ 20,08		\$ 20,08	\$ 20,08		\$ 20,08
Balanza Electrónica Industrial 300kg / 660 lb.	\$ 0,35	\$ 4,25		\$ 4,25	\$ 4,25		\$ 4,25
Congelador horizontal Indurama 15 pies	\$ 1,94	\$ 23,30		\$ 23,30	\$ 23,30		\$ 23,30
Congelador industrial vertical	\$ 1,77	\$ 21,25		\$ 21,25	\$ 21,25		\$ 21,25
Tanque de gas industrial (15 kg)	\$ 0,16	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88
Batidora Industrial 30 lt.	\$ 0,94	\$ 11,25		\$ 11,25	\$ 11,25		\$ 11,25
Selladora Polietileno	\$ 1,25	\$ 15,00		\$ 15,00	\$ 15,00		\$ 15,00
Cocina para baño a María (Desprendimiento de helados)	\$ 0,73	\$ 8,75		\$ 8,75	\$ 8,75		\$ 8,75
Moldes de Helados de 4 Und en acero inoxidable	\$ 0,81	\$ 9,75		\$ 9,75	\$ 9,75		\$ 9,75
Muebles y Enseres							
Estanterías de tres pisos	\$ 0,50	\$ 6,00		\$ 6,00	\$ 6,00		\$ 6,00

Elaborado por: Cevallos, P. (2017). **Fuente:** Investigación propia.

Tabla N° 88 Proyección de costos del helado de frutilla (2)

HELADO FRUTILLA DIARIOS)	DE (27	COSTOS 3		TOTAL AÑO 3	COSTOS 4		TOTAL AÑO 4	COSTOS 5		TOTAL AÑO 5
		FIJOS	VARIAB.		FIJOS	VARIAB		FIJO	VARIAB	
Materias primas										
Frutilla			\$ 736,22	\$ 736,22		\$ 744,46	\$ 744,46		\$ 752,80	\$ 752,80
Leche Descremada			\$ 368,11	\$ 368,11		\$ 372,23	\$ 372,23		\$ 376,40	\$ 376,40
Mano de Obra			\$ 1.622,81	\$ 1.622,81		\$ 1.640,99	\$ 1.640,99		\$ 1.659,37	\$ 1.659,37
Costos Indirectos de Fabricación										
Stevia			\$ 426,29	\$ 426,29		\$ 431,07	\$ 431,07		\$ 435,90	\$ 435,90
Agua embotellada		\$ 8,59		\$ 8,59	\$ 8,69		\$ 8,69	\$ 8,78		\$ 8,78
Gas Industrial		\$ 46,01		\$ 46,01	\$ 46,53		\$ 46,53	\$ 47,05		\$ 47,05
Claras de huevo		\$ 73,62		\$ 73,62	\$ 74,45		\$ 74,45	\$ 75,28		\$ 75,28
Empaque plásticos		\$ 355,84		\$ 355,84	\$ 359,82		\$ 359,82	\$ 363,85		\$ 363,85
Palitos de helados de madera con impresión a laser		\$ 355,84		\$ 355,84	\$ 359,82		\$ 359,82	\$ 363,85		\$ 363,85
Consumo de agua potable			\$ 50,06	\$ 50,06		\$ 50,62	\$ 50,62		\$ 51,19	\$ 51,19
Energía Eléctrica			\$ 98,16	\$ 98,16		\$ 99,26	\$ 99,26		\$ 100,37	\$ 100,37
Mantenimiento				\$ 0,00			\$ 0,00			\$ 0,00
Maquinaria		\$ 25,56		\$ 25,56	\$ 25,85		\$ 25,85	\$ 26,14		\$ 26,14
Combustible			\$ 92,03	\$ 92,03		\$ 93,06	\$ 93,06		\$ 94,10	\$ 94,10
Depreciaciones										

Maquinaria y Equipos									
Cocina industrial 3 quemadores (acero inoxidable)	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88
Licadora BLSTDG-BOO-013 6 VELOC. OSTER	\$ 2,88		\$ 2,88	\$ 2,88		\$ 2,88	\$ 2,88		\$ 2,88
Refrigeradora vertical	\$ 20,08		\$ 20,08	\$ 20,08		\$ 20,08	\$ 20,08		\$ 20,08
Balanza Electrónica Industrial 300kg / 660 lb.	\$ 4,25		\$ 4,25	\$ 4,25		\$ 4,25	\$ 4,25		\$ 4,25
Congelador horizontal Indurama 15 pies	\$ 23,30		\$ 23,30	\$ 23,30		\$ 23,30	\$ 23,30		\$ 23,30
Congelador industrial vertical	\$ 21,25		\$ 21,25	\$ 21,25		\$ 21,25	\$ 21,25		\$ 21,25
Tanque de gas industrial (15 kg)	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88
Batidora Industrial 30 lt.	\$ 11,25		\$ 11,25	\$ 11,25		\$ 11,25	\$ 11,25		\$ 11,25
Selladora Polietileno	\$ 15,00		\$ 15,00	\$ 15,00		\$ 15,00	\$ 15,00		\$ 15,00
Cocina para baño a María (Desprendimiento de helados)	\$ 8,75		\$ 8,75	\$ 8,75		\$ 8,75	\$ 8,75		\$ 8,75
Moldes de Helados de 4 Und en acero inoxidable	\$ 9,75		\$ 9,75	\$ 9,75		\$ 9,75	\$ 9,75		\$ 9,75
Muebles y Enseres	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 0,00
Estanterías de tres pisos	\$ 6,00		\$ 6,00	\$ 6,00		\$ 6,00	\$ 6,00		\$ 6,00

Elaborado por: Cevallos, P. (2017). **Fuente:** Investigación propia.

Tabla N° 89 Proyección de costos del helado de aguacate (1)

HELADO DE AGUACATE (27 HELADOS)	COSTO MENSUAL	COSTOS 1		TOTAL AÑO 1	COSTOS 2		TOTAL AÑO 2
		FIJO	VARIAB		FIJO	VARIAB	
Materias Primas							
Aguacate	\$ 84,00		\$ 1.008,00	\$ 1.008,00		\$ 1.019,29	\$ 1.019,29
Leche Descremada	\$ 30,00		\$ 360,00	\$ 360,00		\$ 364,03	\$ 364,03
Mano de Obra	\$ 132,26		\$ 1.587,06	\$ 1.587,06		\$ 1.604,84	\$ 1.604,84
Costos Indirectos de Fabricación							
Stevia	\$ 34,74		\$ 416,90	\$ 416,90		\$ 421,57	\$ 421,57
Agua embotellada	\$ 0,50	\$ 6,00		\$ 6,00	\$ 6,07		\$ 6,07
Gas Industrial	\$ 3,75	\$ 45,00		\$ 45,00	\$ 45,50		\$ 45,50
Claros de huevo	\$ 6,00	\$ 72,00		\$ 72,00	\$ 72,81		\$ 72,81
Empaque plásticos	\$ 29,00	\$ 348,00		\$ 348,00	\$ 351,90		\$ 351,90
Palitos de helados de madera con impresión a laser	\$ 29,00	\$ 348,00		\$ 348,00	\$ 351,90		\$ 351,90
Consumo de agua potable	\$ 4,08		\$ 48,96	\$ 48,96		\$ 49,51	\$ 49,51
Energía Eléctrica	\$ 8,00		\$ 96,00	\$ 96,00		\$ 97,08	\$ 97,08
Mantenimiento							
Maquinaria	\$ 2,08	\$ 25,00		\$ 25,00	\$ 25,28		\$ 25,28
Combustible	\$ 7,50		\$ 90,00	\$ 90,00		\$ 91,01	\$ 91,01
Depreciaciones							
Maquinaria y Equipos							

Cocina industrial 3 quemadores (acero inoxidable)	\$ 0,16	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88
Licuada BLSTDG-BOO-013 6 VELOC. OSTER	\$ 0,24	\$ 2,88		\$ 2,88	\$ 2,88		\$ 2,88
Refrigeradora vertical	\$ 1,67	\$ 20,08		\$ 20,08	\$ 20,08		\$ 20,08
Balanza Electrónica Industrial 300kg / 660 lb.	\$ 0,35	\$ 4,25		\$ 4,25	\$ 4,25		\$ 4,25
Congelador horizontal Indurama 15 pies	\$ 1,94	\$ 23,30		\$ 23,30	\$ 23,30		\$ 23,30
Congelador industrial vertical	\$ 1,77	\$ 21,25		\$ 21,25	\$ 21,25		\$ 21,25
Tanque de gas industrial (15 kg)	\$ 0,16	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88
Batidora Industrial 30 lt.	\$ 0,94	\$ 11,25		\$ 11,25	\$ 11,25		\$ 11,25
Selladora Polietileno	\$ 1,25	\$ 15,00		\$ 15,00	\$ 15,00		\$ 15,00
Cocina para baño a María (Desprendimiento de helados)	\$ 0,73	\$ 8,75		\$ 8,75	\$ 8,75		\$ 8,75
Moldes de Helados de 4 Und en acero inoxidable	\$ 0,81	\$ 9,75		\$ 9,75	\$ 9,75		\$ 9,75
Muebles y Enseres							
Estanterías de tres pisos	\$ 0,50	\$ 6,00		\$ 6,00	\$ 6,00		\$ 6,00

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Tabla N° 90 Proyección de costos del helado de aguacate (2)

HELADO DE AGUACATE (27 HELADOS)	COSTOS 3		TOTAL AÑO 3	COSTOS 4		TOTAL AÑO 4	COSTOS 5		TOTAL AÑO 5
	FIJO	VARIAB		FIJO	VARIAB		FIJO	VARIAB	
Materias Primas									
Aguacate		\$ 1.030,71	\$ 1.030,71		\$ 1.042,25	\$ 1.042,25		\$ 1.053,92	\$ 1.053,92
Leche Descremada		\$ 368,11	\$ 368,11		\$ 372,23	\$ 372,23		\$ 376,40	\$ 376,40
Mano de Obra		\$ 1.622,81	\$ 1.622,81		\$ 1.640,99	\$ 1.640,99		\$ 1.659,37	\$ 1.659,37
Costos Indirectos de Fabricación									
Stevia		\$ 426,29	\$ 426,29		\$ 431,07	\$ 431,07		\$ 435,90	\$ 435,90
Agua embotellada	\$ 6,14		\$ 6,14	\$ 6,20		\$ 6,20	\$ 6,27		\$ 6,27
Gas Industrial	\$ 46,01		\$ 46,01	\$ 46,53		\$ 46,53	\$ 47,05		\$ 47,05
Claros de huevo	\$ 73,62		\$ 73,62	\$ 74,45		\$ 74,45	\$ 75,28		\$ 75,28
Empaque plásticos	\$ 355,84		\$ 355,84	\$ 359,82		\$ 359,82	\$ 363,85		\$ 363,85
Palitos de helados de madera con impresión a laser	\$ 355,84		\$ 355,84	\$ 359,82		\$ 359,82	\$ 363,85		\$ 363,85
Consumo de agua potable		\$ 50,06	\$ 50,06		\$ 50,62	\$ 50,62		\$ 51,19	\$ 51,19
Energía Eléctrica		\$ 98,16	\$ 98,16		\$ 99,26	\$ 99,26		\$ 100,37	\$ 100,37
Mantenimiento									
Maquinaria	\$ 25,56		\$ 25,56	\$ 25,85		\$ 25,85	\$ 26,14		\$ 26,14
Combustible		\$ 92,03	\$ 92,03		\$ 93,06	\$ 93,06		\$ 94,10	\$ 94,10
Depreciaciones									

Maquinaria y Equipos									
Cocina industrial 3 quemadores (acero inoxidable)	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88
Licuada BLSTDG-BOO-013 6 VELOC. OSTER	\$ 2,88		\$ 2,88	\$ 2,88		\$ 2,88	\$ 2,88		\$ 2,88
Refrigeradora vertical	\$ 20,08		\$ 20,08	\$ 20,08		\$ 20,08	\$ 20,08		\$ 20,08
Balanza Electrónica Industrial 300kg / 660 lb.	\$ 4,25		\$ 4,25	\$ 4,25		\$ 4,25	\$ 4,25		\$ 4,25
Congelador horizontal Indurama 15 pies	\$ 23,30		\$ 23,30	\$ 23,30		\$ 23,30	\$ 23,30		\$ 23,30
Congelador industrial vertical	\$ 21,25		\$ 21,25	\$ 21,25		\$ 21,25	\$ 21,25		\$ 21,25
Tanque de gas industrial (15 kg)	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88
Batidora Industrial 30 lt.	\$ 11,25		\$ 11,25	\$ 11,25		\$ 11,25	\$ 11,25		\$ 11,25
Selladora Polietileno	\$ 15,00		\$ 15,00	\$ 15,00		\$ 15,00	\$ 15,00		\$ 15,00
Cocina para baño a María (Desprendimiento de	\$ 8,75		\$ 8,75	\$ 8,75		\$ 8,75	\$ 8,75		\$ 8,75

helados)									
Moldes de Helados de 4 Und en acero inoxidable.	\$ 9,75		\$ 9,75	\$ 9,75		\$ 9,75	\$ 9,75		\$ 9,75
Muebles y Enseres	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 0,00
Estanterías de tres pisos	\$ 6,00		\$ 6,00	\$ 6,00		\$ 6,00	\$ 6,00		\$ 6,00

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Tabla N° 91 Proyección de costos del helado de durazno (1)

HELADO DE DURAZNO (27 HELADOS)	COSTO MENSUAL	COSTOS 1		TOTAL AÑO 1	COSTOS 2		TOTAL AÑO 2
		FIJOS	VARIAB		FIJO	VARIAB	
Materias primas							
Durazno	\$ 71,20		\$ 854,40	\$ 854,40		\$ 863,97	\$ 863,97
Leche descremada	\$ 25,00		\$ 300,00	\$ 300,00		\$ 303,36	\$ 303,36
Mano de Obra	\$ 132,26		\$ 1.587,06	\$ 1.587,06		\$ 1.604,84	\$ 1.604,84
Costos Indirectos de Fabricación							
Stevia	\$ 33,54		\$ 402,53	\$ 402,53		\$ 407,04	\$ 407,04
Agua embotellada	\$ 0,30	\$ 3,60		\$ 3,60	\$ 3,64		\$ 3,64
Gas Industrial	\$ 3,75	\$ 45,00		\$ 45,00	\$ 45,50		\$ 45,50
Claros de huevo	\$ 4,00	\$ 48,00		\$ 48,00	\$ 48,54		\$ 48,54
Empaque plásticos	\$ 28,00	\$ 336,00		\$ 336,00	\$ 339,76		\$ 339,76

Palitos de helados de madera con impresión a laser	\$ 28,00	\$ 336,00		\$ 336,00	\$ 339,76		\$ 339,76
Consumo de agua potable	\$ 4,08		\$ 48,96	\$ 48,96		\$ 49,51	\$ 49,51
Energía Eléctrica	\$ 8,00		\$ 96,00	\$ 96,00		\$ 97,08	\$ 97,08
Mantenimiento							
Maquinaria	\$ 2,08	\$ 25,00		\$ 25,00	\$ 25,28		\$ 25,28
Combustible	\$ 7,50		\$ 90,00	\$ 90,00		\$ 91,01	\$ 91,01
Depreciaciones							
Maquinaria y Equipos							
Cocina industrial 3 quemadores (acero inoxidable)	\$ 0,16	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88
Licadora BLSTDG-BOO-013 6 VELOC. OSTER	\$ 0,24	\$ 2,88		\$ 2,88	\$ 2,88		\$ 2,88
Refrigeradora vertical	\$ 1,67	\$ 20,08		\$ 20,08	\$ 20,08		\$ 20,08
Balanza Electrónica Industrial 300kg / 660 lb.	\$ 0,35	\$ 4,25		\$ 4,25	\$ 4,25		\$ 4,25
Congelador horizontal Indurama 15 pies	\$ 1,94	\$ 23,30		\$ 23,30	\$ 23,30		\$ 23,30
Congelador industrial vertical	\$ 1,77	\$ 21,25		\$ 21,25	\$ 21,25		\$ 21,25
Tanque de gas industrial (15 kg)	\$ 0,16	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88
Batidora Industrial 30 lt.	\$ 0,94	\$ 11,25		\$ 11,25	\$ 11,25		\$ 11,25
Selladora Polietileno	\$ 1,25	\$ 15,00		\$ 15,00	\$ 15,00		\$ 15,00

Cocina para baño a María (Desprendimiento de helados)	\$ 0,73	\$ 8,75		\$ 8,75	\$ 8,75		\$ 8,75
Moldes de Helados de 4 Und en acero inoxidable	\$ 0,81	\$ 9,75		\$ 9,75	\$ 9,75		\$ 9,75
Muebles y Enseres							
Estanterías de tres pisos	\$ 0,50	\$ 6,00		\$ 6,00	\$ 6,00		\$ 6,00
TOTAL	\$ 1.473,03	\$ 3.836,60	\$ 13.839,73	\$ 17.676,33	\$ 3.873,91	\$ 13.994,73	\$ 17.868,65

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 92 Proyección de costos del helado de durazno (2)

HELADO DE DURAZNO (27 HELADOS)	COSTOS 3		TOTAL AÑO 3	COSTOS 4		TOTAL AÑO 4	COSTOS 5		TOTAL AÑO 5
	FIJO	VARIAB		FIJO	VARIAB		FIJO	VARIAB	
Materias primas									
Durazno		\$ 873,65	\$ 873,65		\$ 883,43	\$ 883,43		\$ 893,32	\$ 893,32
Leche descremada		\$ 306,76	\$ 306,76		\$ 310,19	\$ 310,19		\$ 313,67	\$ 313,67
Mano de Obra		\$ 1.622,81	\$ 1.622,81		\$ 1.640,99	\$ 1.640,99		\$ 1.659,37	\$ 1.659,37
Costos Indirectos de Fabricación									
Stevia		\$ 411,60	\$ 411,60		\$ 416,20	\$ 416,20		\$ 420,87	\$ 420,87
Agua embotellada	\$ 3,68		\$ 3,68	\$ 3,72		\$ 3,72	\$ 3,76		\$ 3,76
Gas Industrial	\$ 46,01		\$ 46,01	\$ 46,53		\$ 46,53	\$ 47,05		\$ 47,05

Claras de huevo	\$ 49,08		\$ 49,08	\$ 49,63		\$ 49,63	\$ 50,19		\$ 50,19
Empaque plásticos	\$ 343,57		\$ 343,57	\$ 347,42		\$ 347,42	\$ 351,31		\$ 351,31
Palitos de helados de madera con impresión a laser	\$ 343,57		\$ 343,57	\$ 347,42		\$ 347,42	\$ 351,31		\$ 351,31
Consumo de agua potable		\$ 50,06	\$ 50,06		\$ 50,62	\$ 50,62		\$ 51,19	\$ 51,19
Energía Eléctrica		\$ 98,16	\$ 98,16		\$ 99,26	\$ 99,26		\$ 100,37	\$ 100,37
Mantenimiento									
Maquinaria	\$ 25,56		\$ 25,56	\$ 25,85		\$ 25,85	\$ 26,14		\$ 26,14
Combustible		\$ 92,03	\$ 92,03		\$ 93,06	\$ 93,06		\$ 94,10	\$ 94,10
Depreciaciones									
Maquinaria y Equipos									
Cocina industrial 3 quemadores (acero inoxidable)	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88
Licuada BLSTDG-BOO-013 6 VELOC. OSTER	\$ 2,88		\$ 2,88	\$ 2,88		\$ 2,88	\$ 2,88		\$ 2,88
Refrigeradora vertical	\$ 20,08		\$ 20,08	\$ 20,08		\$ 20,08	\$ 20,08		\$ 20,08
Balanza Electrónica Industrial 300kg / 660 lb.	\$ 4,25		\$ 4,25	\$ 4,25		\$ 4,25	\$ 4,25		\$ 4,25
Congelador horizontal Indurama 15 pies	\$ 23,30		\$ 23,30	\$ 23,30		\$ 23,30	\$ 23,30		\$ 23,30
Congelador industrial	\$ 21,25		\$ 21,25	\$ 21,25		\$ 21,25	\$ 21,25		\$ 21,25

vertical									
Tanque de gas industrial (15 kg)	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88	\$ 1,88		\$ 1,88
Batidora Industrial 30 lt.	\$ 11,25		\$ 11,25	\$ 11,25		\$ 11,25	\$ 11,25		\$ 11,25
Selladora Polietileno	\$ 15,00		\$ 15,00	\$ 15,00		\$ 15,00	\$ 15,00		\$ 15,00
Cocina para baño a María (Desprendimiento de helados)	\$ 8,75		\$ 8,75	\$ 8,75		\$ 8,75	\$ 8,75		\$ 8,75
Moldes de Helados de 4 Und en acero inoxidable	\$ 9,75		\$ 9,75	\$ 9,75		\$ 9,75	\$ 9,75		\$ 9,75
Muebles y Enseres	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 0,00
Estanterías de tres pisos	\$ 6,00		\$ 6,00	\$ 6,00		\$ 6,00	\$ 6,00		\$ 6,00
TOTAL	\$ 3.911,65	\$ 14.151,48	\$ 18.063,12	\$ 3.949,80	\$ 14.309,97	\$ 18.259,77	\$ 3.988,38	\$ 14.470,24	\$ 18.458,63

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación.- En la proyección de los costos se realizó con el indicador de la inflación del año 2016 que es de 1,12 excepto los valores de la depreciación, estos no se proyectan con este indicador porque tienen su misma tabla de proyección y porcentaje correspondiente. Para lo cual al año uno el valor es de \$ 17.676,33 dólares, a partir del segundo año el valor proyectado en los costos de materias primas, mano de obra y costos indirectos de fabricación suman la cantidad de \$ 17.868,65 en el año tres asciende a \$ 18.063,12 al año cuatro el valor de \$ 18.259,77 y finalmente al año cinco la cantidad proyectada es de \$ 18.458,63 dólares.

Tabla N° 93 Resumen de costos

COSTOS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5		TOTAL
	FIJO	VARIAB	FIJO	VARIAB	FIJO	VARIAB	FIJO	VARIAB	FIJO	VARIAB	
MORA	\$ 973,85	\$ 3.534,93	\$ 983,34	\$ 3.574,52	\$ 992,94	\$ 3.614,55	\$ 1.002,65	\$ 3.655,04	\$ 1.012,47	\$ 3.695,97	\$ 23.040,25
FRUTILLA	\$ 972,65	\$ 3.318,93	\$ 982,13	\$ 3.356,10	\$ 991,72	\$ 3.393,69	\$ 1.001,41	\$ 3.431,70	\$ 1.011,21	\$ 3.470,13	\$ 21.929,65
AGUACATE	\$ 970,25	\$ 3.606,93	\$ 979,70	\$ 3.647,32	\$ 989,26	\$ 3.688,17	\$ 998,93	\$ 3.729,48	\$ 1.008,70	\$ 3.771,25	\$ 23.390,00
DURAZNO	\$ 919,85	\$ 3.378,95	\$ 928,74	\$ 3.416,79	\$ 937,73	\$ 3.455,06	\$ 946,81	\$ 3.493,76	\$ 956,01	\$ 3.532,89	\$ 21.966,59
SUBTOTAL	\$ 3.836,60	\$ 13.839,73	\$ 3.873,91	\$ 13.994,73	\$ 3.911,65	\$ 14.151,48	\$ 3.949,80	\$ 14.309,97	\$ 3.988,38	\$ 14.470,24	\$ 90.326,50
TOTAL	\$ 17.676,33		\$ 17.868,65		\$ 18.063,12		\$ 18.259,77		\$ 18.458,63		\$ 180.653,00

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación.- En la proyección de los costos se realizó con el indicador de la inflación del año 2016 que es de 1,12 excepto los valores de la depreciación, estos no se proyectan con este indicador porque tienen su misma tabla de proyección y porcentaje correspondiente. Para lo cual al año uno el valor es de \$ 17.676,33 dólares, a partir del segundo año el valor proyectado en los costos de materias primas, mano de obra y costos indirectos de fabricación suman la cantidad de \$ 17.868,65 en el año tres asciende a \$ 18.063,12 al año cuatro el valor de \$ 18.259,77 y finalmente al año cinco la cantidad proyectada es de \$ 18.458,63 dólares.

c) Detalle de Gastos

“Son los desembolsos causados por la administración de la empresa; salarios del personal, papelería, capacitaciones, mantenimiento, otros” (Fundación Sarmiento Palau, 2009, pág. 3).

Tabla N° 94 Detalle de Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldo personal administrativo	Sueldo	\$695,25	1	\$695,25	\$8.343,00
Útiles de oficina	Und	\$1,60	1	\$1,60	\$19,25
Servicios básicos	Diario	\$23,20	1	\$23,20	\$278,40
Suministros de aseo y limpieza	Und	\$17,13	1	\$17,13	\$205,50
Servicios profesionales	Sueldo	\$30,00	1	\$30,00	\$360,00
Depreciación	Mensual	\$21,29	1	\$21,29	\$255,50
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS				\$788,47	\$9.461,65

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Tabla N° 95 Detalle de Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldo y salario del vendedor	Pago	\$529,02	1	\$529,02	\$6.348,25
Combustible	Galón	\$1,00	30	\$30,00	\$360,00
Mantenimiento Vehículo	Mant	\$12,50	1	\$12,50	\$150,00
Publicidad y propaganda	Publicidad	\$86,67	1	\$86,67	\$1.040,00
Depreciación	Mensual	\$141,67	1	\$141,67	\$1.700,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS				\$799,85	\$9.598,25

Elaborado por: Cevallos, P. (2017). Fuente: Investigación propia.

Tabla N° 96 Detalle de Gastos Financieros

GASTOS FINANCIEROS					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gasto Intereses	Mensual	\$85,03	1	\$85,03	\$1.020,30
TOTAL GASTOS FINANCIEROS				\$85,03	\$1.020,30
TOTAL DE GASTOS				\$1.673,35	\$20.080,20

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Tabla N° 97 Resumen de Gatos

GASTOS	MENSUAL	ANUAL
ADMINISTRATIVOS	\$788,47	\$9.461,65
VENTAS	\$799,85	\$9.598,25
FINANCIEROS	\$85,03	\$1.020,30
TOTAL	\$1.673,35	\$20.080,20

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Interpretación.- El valor que asciende al total de gastos administrativos, ventas y financieros es de \$20.080,20 dólares en el año, mientras que el valor mensual es de \$1.673,35 dólares.

d) Proyección de Gastos

Tabla N° 98 Proyección de Gastos Administrativos (1)

DESCRIPCION	GASTO MENSUAL	ANUAL	GASTO 1		TOTAL AÑO 1	GASTOS 2		TOTAL AÑO 2
			FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIABLE	
Sueldo personal administrativo	\$ 695,25	\$ 8.343,00	\$ 8.343,00		\$ 8.343,00	\$ 8.436,44		\$ 8.436,44
Útiles de oficina	\$ 1,60	\$ 19,25	\$ 19,25		\$ 19,25	\$ 19,47		\$ 19,47
Servicios básicos	\$ 23,20	\$ 278,40	\$ 278,40		\$ 278,40	\$ 281,52		\$ 281,52
Suministros de aseo y limpieza	\$ 17,13	\$ 205,50	\$ 205,50		\$ 205,50	\$ 207,80		\$ 207,80
Servicios profesionales	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 360,00		\$ 360,00	\$ 364,03		\$ 364,03
Depreciación	\$ 21,29	\$ 255,50	\$ 255,50		\$ 255,50	\$ 255,50		\$ 255,50
TOTALES	\$ 788,47	\$ 9.461,65	\$ 9.461,65	\$ 0,00	\$ 9.461,65	\$ 9.564,76	\$ 0,00	\$ 9.564,76

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Tabla N° 99 Proyección de Gastos Administrativos (2)

DESCRIPCION	GASTOS 3		TOTAL AÑO 3	GASTOS 4		TOTAL AÑO 4	GASTOS 5		TOTAL AÑO 5
	FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
Sueldo personal administrativo	\$ 8.530,93		\$ 8.530,93	\$ 8.626,48		\$ 8.626,48	\$ 8.723,09		\$ 8.723,09
Útiles de oficina	\$ 19,68		\$ 19,68	\$ 19,90		\$ 19,90	\$ 20,13		\$ 20,13
Servicios básicos	\$ 284,67		\$ 284,67	\$ 287,86		\$ 287,86	\$ 291,08		\$ 291,08

Suministros de aseo y limpieza	\$ 210,13		\$ 210,13	\$ 212,48		\$ 212,48	\$ 214,86		\$ 214,86
Servicios profesionales	\$ 368,11		\$ 368,11	\$ 372,23		\$ 372,23	\$ 376,40		\$ 376,40
Depreciación	\$ 255,50		\$ 255,50	\$ 57,50		\$ 57,50	\$ 57,50		\$ 57,50
TOTALES	\$ 9.669,02	\$ 0,00	\$ 9.669,02	\$ 9.576,45	\$ 0,00	\$ 9.576,45	\$ 9.683,07	\$ 0,00	\$ 9.683,07

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Tabla N° 100 Proyección de Gastos de Ventas (1)

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL	GASTO 1		TOTAL AÑO 1	GASTOS 2		TOTAL AÑO 2
			FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Sueldo y salario del vendedor	\$ 529,02	\$ 6.348,25	\$ 6.348,25		\$ 6.348,25	\$ 6.419,35		\$ 6.419,35
Combustible	\$ 30,00	\$ 360,00		\$ 360,00	\$ 360,00		\$ 364,03	\$ 364,03
Mantenimiento Vehículo	\$ 12,50	\$ 150,00		\$ 150,00	\$ 150,00		\$ 151,68	\$ 151,68
Publicidad y propaganda	\$ 86,67	\$ 1.040,00		\$ 1.040,00	\$ 1.040,00		\$ 1.051,65	\$ 1.051,65
Depreciación	\$ 141,67	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00		\$ 1.700,00	\$ 1.700,00		\$ 1.700,00
TOTALES	\$ 799,85	\$ 9.598,25	\$ 8.048,25	\$ 1.550,00	\$ 9.598,25	\$ 8.119,35	\$ 1.567,36	\$ 9.686,71

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Tabla N° 101 Proyección de Gastos de Ventas (2)

DESCRIPCION	GASTOS 3		TOTAL AÑO 3	GASTOS 4		TOTAL AÑO 4	GASTOS 5		TOTAL AÑO 5
	FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
Sueldo y salario del vendedor	\$ 6.491,25		\$ 6.491,25	\$ 6.563,95		\$ 6.563,95	\$ 6.637,47		\$ 6.637,47
Combustible		\$ 368,11	\$ 368,11		\$ 372,23	\$ 372,23		\$ 376,40	\$ 376,40
Mantenimiento Vehículo		\$ 153,38	\$ 153,38		\$ 155,10	\$ 155,10		\$ 156,83	\$ 156,83
Publicidad y propaganda		\$ 1.063,43	\$ 1.063,43		\$ 1.075,34	\$ 1.075,34		\$ 1.087,38	\$ 1.087,38
Depreciación	\$ 1.700,00		\$ 1.700,00	\$ 1.700,00		\$ 1.700,00	\$ 1.700,00		\$ 1.700,00
TOTALES	\$ 8.191,25	\$ 1.584,91	\$ 9.776,16	\$ 8.263,95	\$ 1.602,67	\$ 9.866,61	\$ 8.337,47	\$ 1.620,62	\$ 9.958,08

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Tabla N° 102 Proyección de Gastos Financieros (1)

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL	GASTO 1		TOTAL AÑO 1	GASTO 2		TOTAL AÑO 2	GASTO 3		TOTAL AÑO 3
			FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
Gasto Intereses	\$ 85,03	\$ 1.020,30	\$ 0,00	\$ 1.020,30	\$ 1.020,30	\$ 0,00	\$ 795,60	\$ 795,60	\$ 0,00	\$ 570,90	\$ 570,90
TOTALES	\$ 85,03	\$ 1.020,30	\$ 0,00	\$ 1.020,30	\$ 1.020,30	\$ 0,00	\$ 795,60	\$ 795,60	\$ 0,00	\$ 570,90	\$ 570,90

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Tabla N° 103 Proyección de Gastos Financieros (2)

DESCRIPCIÓN	GASTO 4		TOTAL AÑO 4	GASTO 5		TOTAL AÑO 5
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Gasto Intereses	\$ 0,00	\$ 346,50	\$ 346,50	\$ 0,00	\$ 121,50	\$ 121,50
TOTALES	\$ 0,00	\$ 346,50	\$ 346,50	\$ 0,00	\$ 121,50	\$ 121,50

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Tabla N° 104 Resumen de gastos

GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	SUMAN	SUMAN	SUMAN	SUMAN	SUMAN
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 9.461,65	\$ 9.564,76	\$ 9.669,02	\$ 9.576,45	\$ 9.683,07
GASTOS DE VENTAS	\$ 9.598,25	\$ 9.686,71	\$ 9.776,16	\$ 9.866,61	\$ 9.958,08
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.020,30	\$ 795,60	\$ 570,90	\$ 346,50	\$ 121,50
TOTAL	\$ 20.080,20	\$ 20.047,07	\$ 20.016,08	\$ 19.789,57	\$ 19.762,65

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación.- La sumatoria de los gastos administrativos, ventas y financieros en el año uno es de \$ 20.080,20 dólares, en el año dos asciende a \$ 20.047,07, en el año tres es de \$ 20.016,08 dólares, en el año cuatro desciende a \$ 19.789,57 dólares y en el año cinco termina con un valor de \$ 19.762,65 dólares. El valor de los dos últimos años decrece porque el valor de las depreciaciones y de los gastos financieros son menores en el año cuatro y año cinco.

e) Mano de obra

El código laboral determina que la mano de obra puede ser tanto esfuerzo físico como intelectual en los procesos de producción, pero sin duda una buena capacitación que les generara el resultado de un producto de calidad, la mano de obra por consiguiente es el pago o erogación de dinero que se realiza por la contratación del capital humano. (Ortega Pereira, 2007, pág. 140).

Tabla N° 105 Mano de Obra Administrativa

MANO DE OBRA (ADMINISTRATIVA)										
ORDEN	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR	
			SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,45%	TOTAL		
1	Cevallos Paola	Gerente	\$500,00	\$0,00	\$500,00	\$0,00	\$47,25	\$47,25	\$452,75	
PROVISIONES										
ORDEN	APELLIDOS Y NOMBRES	PATRONAL (11,15%)	SECAP (0,50%)	IECE (0,50%)	XIII	XIV	FONDOS RESERVA	VACAC.	TOTAL PROVISIO.	COSTO MO MENSUAL
1	Cevallos Paola	\$55,75	\$2,50	\$2,50	\$41,67	\$30,33	\$41,67	\$20,83	\$195,25	\$695,25

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Tabla N° 106 Mano de Obra de Ventas

MANO DE OBRA (PRODUCCIÓN)										
ORD	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR	
			SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,45%	TOTAL		
1	Arcos Carlos	Operario de planta	\$375,00	\$0,00	\$375,00	\$0,00	\$35,44	\$35,44	\$339,56	
PROVISIONES										
ORD	APELLIDOS Y NOMBRES	PATRONAL (11,15%)	SECAP (0,50%)	IECE (0,50%)	XIII	XIV	FONDOS RESERVA	VACAC.	TOTAL PROVIS.	COSTO MO MES
1	Arcos Carlos	\$41,81	\$1,88	\$1,88	\$31,25	\$30,33	\$31,25	\$15,63	\$154,02	\$529,02

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Tabla N° 107 Mano de Obra de Producción

VENDEDOR (VENTAS)										
ORD	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR	
			SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,45%	TOTAL		
1	Cuito Fernanda	Vendedora	\$375,00	\$0,00	\$375,00	\$0,00	\$35,44	\$35,44	\$339,56	
PROVISIONES										
OR D.	APELLIDOS Y NOMBRES	PATRONAL (11,15%)	SECAP (0,50%)	IECE (0,50%)	XIII	XIV	FONDOS RESERVA	VACAC	TOTAL PROVISIO	COSTO MO MES
1	Cuito Fernanda	\$41,81	\$1,88	\$1,88	\$31,25	\$30,33	\$31,25	\$15,63	\$154,02	\$529,02

Elaborado por: Cevallos, P. (2017). **Fuente:** Investigación propia

Tabla N° 108 Resumen de Mano de Obra

RESUMEN MANO DE OBRA			
AREA	CARGO	COSTO MENSUAL	TOTAL ANUAL
ADMINISTRATIVA	Administrador	\$695,25	\$8.343,00
PRODUCCION	Operario	\$529,02	\$6.348,25
VENTAS	Vendedor	\$529,02	\$6.348,25
TOTAL		\$1.753,29	\$21.039,50

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación.- La mano de obra es del personal que interviene en el área administrativa, ventas y producción. En el área administrativa lo conforma la gerente y el valor a pagar mensual es de \$ 695,25 es decir en el año asciende a la cantidad de \$ 8.343,00 dólares. El valor a mano de obra del personal de ventas es de \$ 529,02 mensual y en el año la cantidad a pagar es de \$ 6.348,25 y finalmente el personal del área de producción recibe la cantidad mensual de \$ 529,02 y al año el valor a percibir por su trabajo es de \$ 6.348,25 dólares.

f) Depreciación

Depreciación es el devaluó que se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir, se deprecian; en cambio, la amortización sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que, por ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, ésta, con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión. (Baca Urbina, 2010, pág. 153).

Tabla N° 109 Depreciación

GLUCEMIA "ICE CREAM" DEPRECIACIONES					
DESCRIPCIÓN	Costo Anual	Vida Útil	% de Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
MUEBLES Y ENSERES	\$765,00	10	10%	\$76,50	\$6,38
Escritorio (melaminico de 25 mm, con filo en canto duro, gaveta de tres servicios)	\$250,00	10	10%	\$25,00	\$2,08
Silla giratoria con brazos	\$35,00	10	10%	\$3,50	\$0,29
Mesa de lámina acero inoxidable (112,3 x 82) y 90 de alto	\$180,00	10	10%	\$18,00	\$1,50
Sillas de metal	\$60,00	10	10%	\$6,00	\$0,50
Estanterías de tres pisos	\$240,00	10	10%	\$24,00	\$2,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$4.810,00	10	10%	\$481,00	\$40,08
Cocina industrial 3 quemadores (acero inoxidable)	\$75,00	10	10%	\$7,50	\$0,63
Licadora BLSTDG-BOO-013 6 VELOC. OSTER	\$115,00	10	10%	\$11,50	\$0,96
Refrigeradora vertical	\$803,00	10	10%	\$80,30	\$6,69
Balanza Electrónica Industrial 300kg / 660 lb.	\$170,00	10	10%	\$17,00	\$1,42
Congelador horizontal Indurama 15 pies	\$932,00	10	10%	\$93,20	\$7,77
Congelador industrial vertical	\$850,00	10	10%	\$85,00	\$7,08
Tanque de gas industrial (15 kg)	\$75,00	10	10%	\$7,50	\$0,63
Batidora Industrial 30 lt.	\$450,00	10	10%	\$45,00	\$3,75
Selladora Polietileno	\$600,00	10	10%	\$60,00	\$5,00
Cocina para baño a María (Desprendimiento de helados)	\$350,00	10	10%	\$35,00	\$2,92
Moldes de Helados de 4 Und en acero inoxidable	\$390,00	10	10%	\$39,00	\$3,25

EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$600,00	3	33%	\$198,00	\$16,50
Computador	\$500,00	3	33%	\$165,00	\$13,75
Impresora Canon	\$100,00	3	33%	\$33,00	\$2,75
EQUIPO DE OFICINA	\$50,00	10	10%	\$5,00	\$0,42
Teléfono Panasonic	\$30,00	10	10%	\$3,00	\$0,25
Sumadora	\$20,00	10	10%	\$2,00	\$0,17
VEHICULO	\$8.500,00	5	20%	\$1.700,00	\$141,67
Mini Buseta N500 año 2010, color blanco	\$8.500,00	5	20%	\$1.700,00	\$141,67
TOTAL	\$14.725,00	38	83%	\$2.460,50	\$205,04

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación.- Los valores correspondientes a depreciación en lo que es muebles y enseres, maquinaria y equipo, equipo de oficina corresponde el 10% anual y un plazo de diez años, para el equipo de computación el porcentaje de depreciación es del 33% anual y a tres años depreciables, mientras que el vehículo tiene el 20% de depreciación y a cinco años plazo. Para lo cual, el valor mensual de depreciación es de \$ 205,04 y la cantidad anual de \$ 2.460,50 dólares.

g) Proyección de Depreciación

Tabla N° 110 Proyección de Depreciación Administrativos

PROYECCIONES DE LAS DEPRECIACIONES PARA GASTOS ADMINISTRATIVOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	\$52,50	\$52,50	\$52,50	\$52,50	\$52,50
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$198,00	\$198,00	\$198,00	\$0,00	\$0,00
EQUIPO DE OFICINA	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00
TOTAL	\$255,50	\$255,50	\$255,50	\$57,50	\$57,50

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Tabla N° 111 Proyección de Depreciación Ventas

PROYECCIONES DE LAS DEPRECIACIONES PARA GASTOS DE VENTAS					
VEHICULO	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00
TOTAL	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Tabla N° 112 Proyección de Depreciación Producción

PROYECCIONES DE LAS DEPRECIACIONES PARA GASTOS DE PRODUCCIÓN					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$481,00	\$481,00	\$481,00	\$481,00	\$481,00
MUEBLES Y ENSERES	\$24,00	\$24,00	\$24,00	\$24,00	\$24,00
TOTAL	\$505,00	\$505,00	\$505,00	\$505,00	\$505,00

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación.- El valor anual de depreciación para los gastos administrativos desde el año uno al año tres es de \$ 255,50 a partir del año cuatro hasta el año cinco, desciende el valor a \$ 57,50 porque la depreciación de equipo de cómputo se deprecia solo hasta el año tres. El valor de depreciación de gastos de ventas es de \$ 1.700, 00 desde el año uno hasta el año cinco. Mientras que el valor de las depreciaciones de los gastos de producción es de \$ 505,00 desde el año uno hasta el año cinco.

5.4 CÁLCULOS DE INGRESOS

Son los valores correspondientes por la venta de un bien o servicio que brinda la empresa para obtener ganancias y poder cubrir sus costos y gastos en un periodo determinado.

Tabla N° 113 Cálculos de Ingresos

CÁLCULO DE INGRESOS DE LOS HELADOS							
PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO + GASTO MENSUAL	MARGEN DE UTILIDAD		INGRESOS MENSUALES	UNIDADES PRODUCIDAS MENSUALES	PRECIO DE VENTA UNITARIO
			%	\$			
MORA	UND	\$ 794,07	19%	\$ 150,87	\$ 944,94	540	\$ 1,75
FRUTILLA	UND	\$ 775,97	21%	\$ 162,95	\$ 938,92	540	\$ 1,74
AGUACATE	UND	\$ 799,77	18%	\$ 143,96	\$ 943,73	540	\$ 1,75
DURAZNO	UND	\$ 776,57	21%	\$ 163,08	\$ 939,65	540	\$ 1,74
TOTAL		\$ 3.146,38	79%	\$ 620,86	\$ 3.767,24	2160	\$ 6,98

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación.- La cantidad de producción de helados en el mes es de 2.160 unidades, de cada sabor se elaborará 540 helados a un precio promedio unitario de \$ 1,75 y al mes un ingreso de \$ 3.146,38 dólares con estos valores se cubre los costos y gastos y de la misma manera se obtiene la utilidad correspondiente. El valor del costo más gasto mensual es de \$ 3.146,38 dólares.

5.4.1 Proyección de Ingresos

Tabla N° 114 Proyección de ingresos de los helados (1)

DESCRIPCIÓN	CANT MENSUAL	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
		CANT ANUAL	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 1	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 2	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 3
MORA	540	6.480	\$1,75	\$11.339,30	6.699	\$1,77	\$11.851,52	6.925	\$1,79	\$12.386,87
FRUTILLA	540	6.480	\$1,74	\$11.267,07	6.699	\$1,76	\$11.776,02	6.925	\$1,78	\$12.307,97
AGUACATE	540	6.480	\$1,75	\$11.324,73	6.699	\$1,77	\$11.836,29	6.925	\$1,79	\$12.370,95
DURAZNO	540	6.480	\$1,74	\$11.275,81	6.699	\$1,76	\$11.785,16	6.925	\$1,78	\$12.317,51
TOTAL	2.160	25.920	\$6,98	\$45.206,91	26.796	\$7,05	\$47.248,99	27.702	\$7,13	\$49.383,31

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Tabla N° 115 Proyección de ingresos de los helados (2)

DESCRIPCIÓN	AÑO 4			AÑO 5		
	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 4	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 5
MORA	7.160	\$1,81	\$12.946,41	7.402	\$1,83	\$13.531,22
FRUTILLA	7.160	\$1,80	\$12.863,94	7.402	\$1,82	\$13.445,03
AGUACATE	7.160	\$1,81	\$12.929,77	7.402	\$1,83	\$13.513,83
DURAZNO	7.160	\$1,80	\$12.873,92	7.402	\$1,82	\$13.455,46
TOTAL	28.638	\$7,21	\$51.614,04	29.606	\$7,29	\$53.945,54

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia.

Interpretación.- Para el año uno se proyecta obtener los ingreso de \$45.206,91 con una venta de helados de 25.920 unidades, para el año dos se proyecta la cantidad de 26.796 helados y con un ingreso de \$47.248,99 dólares, mientras que en el año tres la cantidad de helados a vender es de 27.702 con lo cual se obtiene un ingreso de \$49.383,31 para el año cuatro el valor de ingreso proyectado es de \$51.614,04 y la cantidad de helados a producir es de 28.638 unidades y finalmente en el año cinco es de 29.606 helados y el valor de ingreso proyectado asciende a \$53.945,54 dólares.

5.5 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es un estado financiero que refleja la cantidad de efectivo que genera un proyecto de inversión por una actividad empresarial, después de cuantificar los gastos, costos, intereses y el pago del capital. También el flujo de caja es considerado como una consecuencia monetaria de las actividades básicas de una organización.

Tabla N° 116 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA							
	CONCEPTO	PERIODOS					
		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A	INGRESOS OPERACIONALES	\$ 0,00	\$ 45.206,91	\$ 47.248,99	\$ 49.383,31	\$ 51.614,04	\$ 53.945,54
	(+) Ingresos Operacionales	\$ 0,00	\$ 45.206,91	\$ 47.248,99	\$ 49.383,31	\$ 51.614,04	\$ 53.945,54
	Recursos Propios		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	Recursos de Terceros		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
B	EGRESOS OPERACIONALES		\$ 36.736,23	\$ 37.120,12	\$ 37.508,31	\$ 37.702,84	\$ 38.099,77
	(-) Gastos Administrativos		\$ 9.461,65	\$ 9.564,76	\$ 9.669,02	\$ 9.576,45	\$ 9.683,07
	(-) Gastos de Ventas		\$ 9.598,25	\$ 9.686,71	\$ 9.776,16	\$ 9.866,61	\$ 9.958,08
	(-) Costos de Producción		\$ 17.676,33	\$ 17.868,65	\$ 18.063,12	\$ 18.259,77	\$ 18.458,63
C	FLUJO OPERACIONAL (A-B)		\$ 8.470,68	\$ 10.128,87	\$ 11.875,00	\$ 13.911,20	\$ 15.845,77
D	INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 27.795,35	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	Recursos Propios	\$ 17.795,35	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	Recursos de Terceros	\$ 10.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
E	EGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 3.020,34	\$ 2.795,64	\$ 2.570,94	\$ 2.505,97	\$ 2.288,01
	(-) Gastos Financieros (intereses)		\$ 1.020,30	\$ 795,60	\$ 570,90	\$ 672,60	\$ 121,50
	Pago de Crédito		\$ 2.000,04	\$ 2.000,04	\$ 2.000,04	\$ 1.833,37	\$ 2.166,51
	subtotal		\$ 5.450,34	\$ 7.333,23	\$ 9.304,06	\$ 11.405,23	\$ 13.557,76

	(-) Pago por Participación Utilidades a Trabajadores 15%		\$ 1.117,56	\$ 1.399,99	\$ 1.695,62	\$ 1.985,79	\$ 2.358,64
	(-) Pago Impuesto a la Renta		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 103,78
	Adquisición de Activos Fijos	\$ 27.795,35	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
F	FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	\$ 0,00	\$4.332,78	\$5.933,24	\$7.608,45	\$9.419,44	\$11.095,33
	(+) Depreciación		\$ 2.460,50	\$ 2.460,50	\$ 2.460,50	\$ 2.262,50	\$ 2.262,50
G	FLUJO NETO GENERADO	\$ 0,00	\$ 6.793,28	\$ 8.393,74	\$ 10.068,95	\$ 11.681,94	\$ 13.357,83
H	SALDO INICIAL DE CAJA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 6.793,28	\$ 15.187,02	\$ 25.255,96	\$ 36.937,90
I	SALDO FINAL DE CAJA	\$ 0,00	\$ 6.793,28	\$ 15.187,02	\$ 25.255,96	\$ 36.937,90	\$ 50.295,74

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Interpretación.- En el presente flujo de efectivo la inversión inicial es de \$ 27.795,35 dólares. Para el primer año de actividades el flujo de caja neto es de \$ 6.793,28 dólares, en el año dos el flujo es de \$ 15.187,02 dólares. De la misma forma, en el año tres el valor neto de efectivo asciende a la cantidad de \$ 25.255,96 que se obtiene de deducir todos los ingresos operacionales menos los egresos operacionales, como para el año cuatro asciende a \$ 36.937,90 dólares y para el último año de proyección alcanza el valor de \$ 50.295,74 dólares dichas cantidades corresponde a los flujos de caja neto.

5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

“Nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables” (Baca Urbina, 2010, pág. 162)

Tabla N° 117 Datos para el Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO GLUCEMIA "ICE CREAM"	
DESCRIPCIÓN	VALORES
COSTOS FIJOS	\$ 3.836,60
COSTOS VARIABLES	\$ 13.839,73
COSTOS TOTALES DE PRODUCCIÓN	\$ 17.676,33
INGRESOS TOTALES	\$ 45.206,91
PRODUCCIÓN	25.920
P.V.P.	\$ 1,74
PRECIO COSTO	\$ 1,46
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 0,63

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 118 Costos Totales

COSTOS TOTALES			
DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
Costos de Producción	\$ 3.836,60	\$ 13.839,73	\$ 17.676,33
Gastos Administrativos	\$ 9.461,65	\$ 0,00	\$ 9.461,65
Gastos de Ventas	\$ 8.048,25	\$ 1.550,00	\$ 9.598,25
Gastos Financieros	\$ 0,00	\$ 1.020,30	\$ 1.020,30
SUMAN	\$ 21.346,50	\$ 16.410,03	\$ 37.756,53

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 119 Punto de Equilibrio en Dólares

DESARROLLO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO		
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES		
Punto de Equilibrio \$ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))		
P.E. \$ =	\$ 21.346,50	\$ 0,64
P.E. \$ =	\$ 33.510,90	DÓLARES DE VENTAS AL AÑO
P.E. \$ =	\$ 2.792,57	DÓLARES DE VENTAS AL MES

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 120 Punto de Equilibrio en Unidades

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		
Punto de Equilibrio UND. = Costos Fijos / (Precio de Venta Unitario - Costo Variable Unitario)		
P.E. UND. =	\$ 21.346,50	\$ 1,11
P.E. UND. =	19.214	UND. AL AÑO
P.E. UND. =	1.601	UND. AL MES

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 121 Punto de Equilibrio en Porcentaje

PUNTO DE EQUILIBRIO EN %		
Punto de Equilibrio % = (Punto de Equilibrio \$ / Ingresos Totales)*100		
% P.E. =	\$ 33.510,90	\$ 45.206,91
% P.E. =	0,74	
% P.E. =	74%	

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Interpretación.- EL ingreso total es de \$ 45.206,91, el costo total asciende a \$ 37.756,53 dólares. El valor de los costos fijos es de \$ 21.346,50 y el costo variable de \$ 16.410,03 dólares; por lo tanto, al realizar las respectivas fórmulas de cálculo del punto de equilibrio, se obtiene el porcentaje de equilibrio del 74% la cantidad de equilibrio es de \$ 33.510,90 con la venta anual de equilibrio de 19.214 unidades de helados, los mismo que permitirán que la empresa no tenga ni pérdidas ni ganancia, es así que se cubrirá los costos totales al vender esta cantidad de equilibrio de helados.

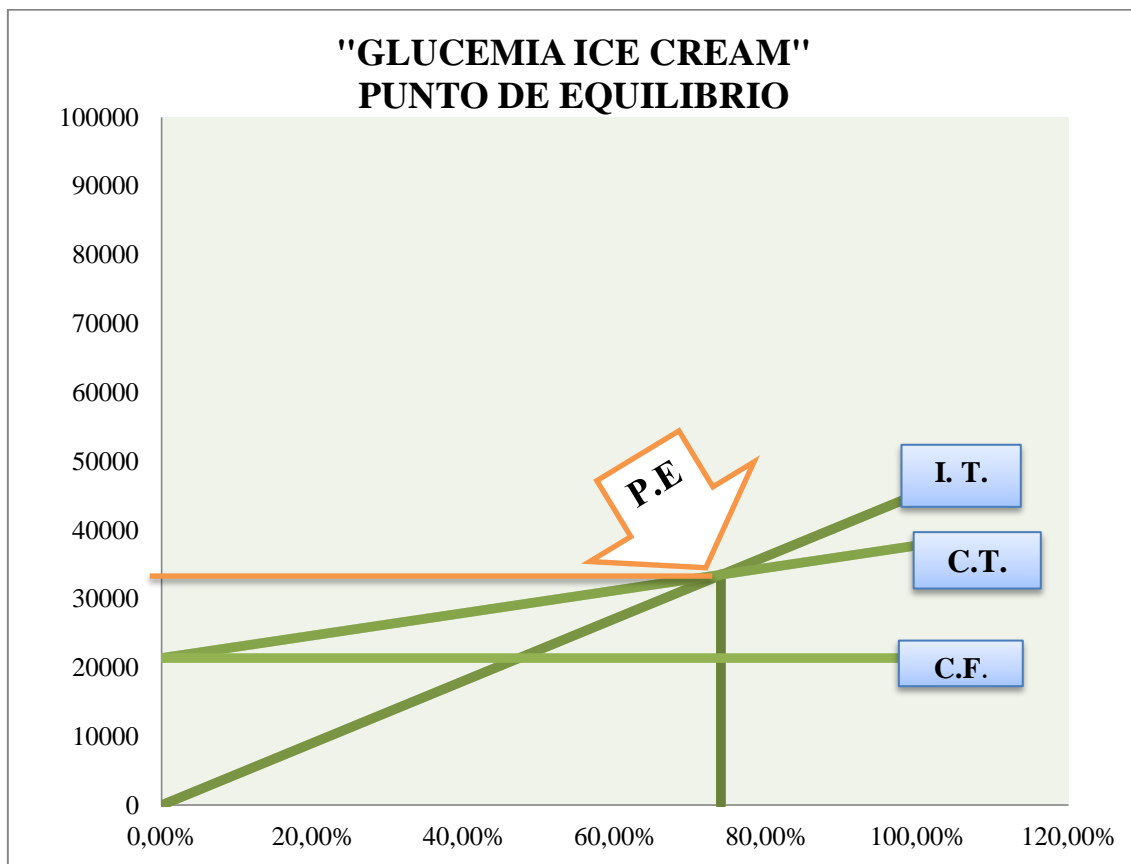


Gráfico N° 36 Punto de Equilibrio
Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Interpretación.- EL ingreso total es de \$ 41.430,12, el costo total asciende a \$ 37.405,45 dólares de esta forma obteniendo una utilidad marginal es de \$ 4.024,66. El valor de los costos fijos es de \$ 7.620,50 y el costo variable de \$ 29.784,95 dólares por lo tanto al obtener el porcentaje de equilibrio del 65% la cantidad de equilibrio es de \$ 27.111,53 con una venta de 18.061 helados sean de los sabores de ora, frutilla, aguacate o durazno. Además, el ingreso mensual de equilibrio es de \$ 2.259,29 si la cantidad de helados mensual alcanza a 1.505 unidades de helados.

5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Tabla N° 122 Estado de Resultados Proyectado

PROYECCIÓN DEL ESTADO DE RESULTADOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	45.206,91	47.248,99	49.383,31	51.614,04	53.945,54
Costo de Ventas	17.676,33	17.868,65	18.063,12	18.259,77	18.458,63
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	27.530,58	29.380,34	31.320,19	33.354,27	35.486,91
Gastos de Ventas	9.598,25	9.686,71	9.776,16	9.866,61	9.958,08
UTILIDAD NETA EN VENTAS	17.932,33	19.693,63	21.544,02	23.487,65	25.528,83
Gastos Administrativos	9.461,65	9.564,76	9.669,02	9.576,45	9.683,07
UTILIDAD OPERACIONAL	8.470,68	10.128,87	11.875,00	13.911,20	15.845,77
Gastos Financieros	1.020,30	795,60	570,90	672,60	121,50
Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	7.450,38	9.333,27	11.304,10	13.238,60	15.724,27
15% Participación a Trabajadores	1.117,56	1.399,99	1.695,62	1.985,79	2.358,64
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	6.332,82	7.933,28	9.608,49	11.252,81	13.365,63
Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	103,78
UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	6.332,82	7.933,28	9.608,49	11.252,81	13.261,84

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Interpretación.- El Estado de Resultados Proyectado es el reflejo de los ingresos y la deducción de los gastos administrativos, financieros, de ventas y de producción. Por lo tanto, al realizar estas respectivas operaciones se obtienen las utilidades, restando los valores en el porcentaje de participación trabajadores, y el respectivo impuesto a la renta. Para el año uno la utilidad de ejercicio es de \$6.332,82 dólares para el año dos es de \$7933,28, al año tres asciende a \$9608,49, el año cuatro es de 11.252,81y finalmente, al año cinco es es de \$13.261,84 dólares.

Tabla N° 123 Tabla del impuesto a la renta

TABLA PARA EL CÁLCULO DEL IMPUESTO A LA RENTA - AÑO 2017			
FRACCIÓN BÁSICA	EXCESO HASTA	IMPUESTO A LA FRACCIÓN BÁSICA	IMPUESTO A LA FRACCIÓN EXCEDENTE (%)
0	11.290	0	0%
11.290	14.390	0	5%
14.390	17.990	155	10%
17.990	21.600	515	12%
21.600	43.190	948	15%
43.190	64.770	4.187	20%
64.770	86.370	8.503	25%
86.370	115.140	13.903	30%
115.140	EN ADELANTE	22.534	35%

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 124 Cálculo del impuesto a la renta

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad	\$ 6.332,82	\$ 7.933,28	\$ 9.608,49	\$ 11.252,81	\$ 13.365,63
Fracción Básica	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 11.290,00
Diferencia	\$ 6.332,82	\$ 7.933,28	\$ 9.608,49	\$ 11.252,81	\$ 2.075,63
%	0%	0%	0%	0%	5%
% Fracción Excedente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 103,78
Impuesto a Fracción Básica	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuesto a la Renta a Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 103,78

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Interpretación: El cálculo del impuesto a la renta desde el año uno hasta el año cuatro no se pagará impuesto porque no alcanza la base imponible del cálculo, mientras que el año cinco la base imponible es de \$ 13.365,63 dólares con un impuesto a la renta por pagar de \$103,78 dólares.

5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

Tabla N° 125 TMAR

TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO				
TMAR	VALOR	ESTRUCTURA	COSTO DE OPORTUNIDAD	PONDERACIÓN
RECURSOS PROPIOS	\$17.795,35	64%	15,00%	9,60%
RECURSOS AJENOS	\$10.000,00	36%	11,23%	4,04%
TOTAL	\$27.795,35	100%	26,23%	13,64%

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Interpretación: Al analizar los recurso propios y de terceros con los respectivos costos de oportunidad se obtiene una ponderación del 13,64 que aproximado representa el 14% como la tasa mínima aceptable de rendimiento del proyecto, esta tasa se deberá comparar con la tasa interna de retorno para verificar si el presente proyecto es factible.

a.1) Valor Actual Neto

“El valor actual neto de una inversión es igual a la suma algebraica de los valores actualizados de los flujos netos de caja asociados a esa inversión. Si el VAN de una inversión es positivo, la inversión debe aceptarse, y rechazarse su es negativo” en su obra Ingeniería Económica, según Celio Vega citado por (Mora Zambrano, 2010, pág. 268).

a.2) Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno TIR, se entiende como: “Un indicador financiero que se utiliza en la evaluación de proyectos para considerar su factibilidad, es decir, evaluar si un proyecto de inversión es o no rentable. Se obtiene calculando el

valor neto de la inversión y su posible recuperación a largo plazo, con diferentes tasas de interés” (Mora Zambrano, 2010, pág. 269).

a.4) Período de Recuperación

El periodo de recuperación de la inversión de un proyecto: “Se encuentra contando el número de años que se requiere para que el flujo de caja acumulados proyectado sea igual a la inversión inicial” (Marcillo Morla, 2002, pág. 27).

Tabla N° 126 Indicadores

INDICADORES		
TMAR =	14%	
VAN =	\$ 4.921,45	
TIR =	21%	
BENEFICIO/COSTO =	2,72	
PERÍODO DE RECUPERACIÓN =	3	Años
	4	Meses
	4	Días

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Interpretación.- La Tasa Mínima de Aceptable de Rendimiento es del 14% al obtener esta tasa se procede a calcular el Valor Actual Neto con los valores del flujo neto de caja y se obtiene la cantidad de \$ 4.921,45 dólares; por lo tanto, el VAN es positivo y es factible el proyecto. De la misma forma, el TIR o Tasa Interna de Retorno es del 21% y se considera aceptable el presente proyecto de inversión, porque el TIR es mayor al TMART, se concluye que este proyecto de producción y comercialización de helados con la presentación de cuatro sabores es factible ejecutarlo por el respaldo de este análisis financiero presentado. Para finalizar, el período de recuperación con los flujos de efectivo presentes, la inversión se recuperará a los tres años, cuatro meses y cuatro días.

a.3) Beneficio – Costo

Se entiende beneficio – costo como: “La relación que resulta de dividir el valor actual de todos los beneficios brutos por el valor actual de todos los costos brutos” (Marcillo Morla, 2002, pág. 30).

Tabla N° 127 Beneficio - Costo

ANÁLISIS BENEFICIO - COSTO		
AÑOS	INGRESOS	COSTOS
AÑO 1	45.206,91	17.676,33
AÑO 2	47.248,99	17.868,65
AÑO 3	49.383,31	18.063,12
AÑO 4	51.614,04	18.259,77
AÑO 5	53.945,54	18.458,63
TOTAL	247.398,78	90.326,50
TOTAL A VALOR PRESENTE	\$ 169.415,71	62.382,59
B/C =		2,72

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Interpretación.- En lo que se refiere al beneficio / costo es de \$ 2,72 dólares y se interpreta que al invertir en el costo de un helado en promedio que es de \$ 1,46 se obtiene un beneficio adicional de \$ 1,26 es decir, es rentable el proyecto de helados. Para obtener este valor de \$2,72 se divide los ingresos con los costos.

b) Razones

Las razones financieras se clasifican en dos: “Razones Aritméticas: Se aplican operaciones de adición y sustracción. Razones Geométricas: Se aplican operaciones de multiplicación y división” (Baena, 2010, pág. 122).

b.1) Liquidez

“Miden la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones (pagos) a corto plazo” (Baca Urbina, 2010, pág. 203).

b.2) Rentabilidad

Se describe que la rentabilidad: “Es el rendimiento valorado en unidades monetarias que la empresa obtiene a partir de la inversión de sus recursos. Es decir, es la utilidad de un determinado período, expresado como un porcentaje de las ventas o de los ingresos de operación, de los activos o de su capital” (Baena, 2010, pág. 182).

Tabla N° 128 Rentabilidad

FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS = (Utilidad del Ejercicio / Ventas) *100	14%	17%	19%	22%	25%

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Interpretación.- Los indicadores de rentabilidad permiten conocer el porcentaje de comparación entre las utilidades del ejercicio financiero con las ventas actuales, es así que, en el año uno el porcentaje de rentabilidad es del 14% siendo un valor aceptable para un proyecto de inversión, al año dos asciende al 17% hasta lograr un incremento aceptable hasta el año cinco que es del 25% lo que se concluye que el proyecto es aceptable y factible a través del tiempo.

Bibliografía

- Andrade, D. (2005). Mercados alternativos locales. Un tratamiento conceptual. Baños: VECO ECUADOR.
- Anónimo. (2012). Estrategia de marketing impulsada por el cliente: creación de valor para los clientes meta. Marketing. Pearson Educación, 35.
- Arboleda, G. (2013). Proyectos, Identificación, Formulación, Evaluación y Gerencia. Colombia: Alfomega.
- Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. (Sexta ed., Vol. VI). Caracas, Venezuela: Episteme.
- Armijo, M. (2009). Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público. México: ILPES/CEPAL.
- Baca Urbina, G. (2010). Evaluación de Proyectos (Vol. VI). México: McGrawHill.
- Baena Toro, D. (2010). Análisis Financiero. Enfoque y Proyecciones (Primera ed.). Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.
- Baena, T. D. (2010). Análisis Financiero, Enfoque y Proyecciones. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Chain Sapag, N. (Noviembre de 2011). Academia, Proyectos de Inversión. Obtenido de www.academia.edu/5276345/Proyectos-de_Inversion_-_Nassir_Sapag_Chain_-_2_Edicion
- Clow, K. E., & Baack, D. (2010). Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing. (Cuarto ed., Vol. IV). México: Pearson.
- Corporación de Estudios y Publicaciones. (2007). Ley de Compañías, Legislación Conexa Concordancias. Quito: Legislación Codificada.
- FINAMAC. (Lunes de Noviembre de 2017). FINAMAC. The Finest Automated Machines. Obtenido de <http://www.finamac.com/es/productos/incorporadores/maquina-sorvete-if-900>
- Fundación Sarmiento Palau. (2009). Costos y Gastos. Sao Paulo.

- Giral, C. (LUNES de OCTUBRE de 20016). DIABETV. Obtenido de INSPIRANDO TU VIDA: <http://blogesp.diabetv.com/los-beneficios-del-aguacate/>
- Herrera E., L., Medina F., A., & Naranjo L., G. (2008). Tutoría de la Investigación Científica. Ambato.
- INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN. (2005). Norma Técnica Ecuatorian. NTE INEN 706:2005. HELADOS. REQUISITOS. Quito: NTE INEN 706:2005.
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2017). Indicadores Demográficos Básicos. Madrid: Instituto Nacional de Estadísticas.
- Lara, B. (2011). Cómo Elaborar proyectos de investigación paso a paso. Quito.
- Lopategui Corsino, E. (Lunes de Ovtubre de 2012). Conceptos Básicos de Nutrición. Obtenido de Nutrición: www.saludmed.com/Salud/Nutricion/ConcptBa.html
- Marcillo Morla, F. (2002). Manejo de Costos y Administración Financiera de Empresas Acuícolas. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- MEJISA MECTUFRY. (Lunes de Noviembre de 2017). Tanque de Polos H-TP. Obtenido de <http://mejisa.com/sites/default/files/folletos/helados/es-tanque-de-polos-h-tp.pdf>
- Ministerio de Economía y Finanzas. Dirección de Desarrollo Institucional del Estado. (2009). Guía Técnica para la Elaboración de Organigramas en el Sector Público Panameño. Panamá: República de Panamá.
- Ministerio de Salud del Ecuador. (2013). Reglamento Sanitario de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano. Quito: Registro Oficial.
- Mora Zambrano, A. (2010). Matemáticas Financieras. Bogotá: Alfaomega.
- Naturvida Contenidos Digitalales. (Lunes de Noviembre de 2017). Naturvida Contenidos Digitalales. . Obtenido de Naturvida Factoria de Internet S.L.: <http://www.natursan.net/la-importancia-de-la-leche-en-nuestra-salud/>

- Ongallo, C. (2007). Manual de la Comunicación. Guía para gestionar el Conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones. Madrid: Dykinson S.L.
- Ortega Pereira, J. (2007). Contabilidad de Costos. Bogotá.
- Porter E., M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. Harvard Business Review. América Latina.
- Registro de Marca del IEPI. (2017). Instructivo del Registro de la Marca en el IEPI. Quito.
- Rojas, R. (2007). Sistemas de Costos. Colombia: Universidad Nacional de Colombia sede Manizales.
- Sinesterra, G., & Polanco, L. (2009). Contabilidad Administrativa. Bogotá: Digiprint Editores E.U.
- Tetrapak Internacional S.A. (Lunes de Noviembre de 2017). Pasteurización para garantizar la seguridad y prolongar la vida útil de los productos. Obtenido de <http://www.tetrapak.com/ec/processing/pasteurization>
- Velásquez, O. (2012). Selladoras de Impulso. Quito.
- Vilchez G., N. M. (2007). Enseñanza de la Geometría con utilización de recursos multimedia. Cataluña: Universidad Rovira I Virgili.
- Zonadiet. (Lunes de Noviembre de 2017). Zonadiet. Obtenido de <http://www.zonadiet.com/comida/nutricion-frutas.htm>

ANEXOS

Anexo N° 1.- Diseño de la encuesta

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PERSONAS QUE PADECEN DE
DIABETES DE LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE
TUNGURAHUA.**

Objetivo General de la Encuesta:

- Estudiar la demanda; la oferta y predisposición de compra de helados para diabéticos en la ciudad de Ambato

Indicaciones Generales:

- Para responder por favor lea detenidamente cada una de las preguntas.
- La respuesta seleccionada marque con una X.

Datos informativos:

Es usted diabético/a **SI**_____ **NO**_____

Si su respuesta fue si, continúe con la encuesta, caso contrario le agradecemos.

CUESTIONARIO

1. ¿Le gustaría consumir helados artesanales endulzados con stevia?

SI

☐

NO

☐

2. De estos cuatro sabores de helados, ¿cuál es su preferido?

a) Mora

☐

b) Frutilla

☐

c) Aguacate

☐

d) Durazno

☐

E) Otros

☐

3. ¿Con qué frecuencia consumiría un helado artesanal con frutas naturales y endulzadas con stevia?

Diariamente

☐

Semanalmente

☐

Mensualmente

☐

4. ¿Dónde compraría el helado?

a) Heladería (Fábrica)

☐

b) Tiendas

☐

c) Ferias y/o Mercados

☐

d) Supermercados

☐

5. De las siguientes presentaciones de helado ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el mismo?

PRESENTACIÓN	PRECIO	RESPUESTA
PALETAS	\$0,75	
	\$1,00	
	\$1,50	
CONOS	\$0,75	
	\$1,00	
	\$1,50	
VASO	\$0,75	
	\$1,00	
	\$1,50	

6. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría escuchar la información de la venta de este tipo de producto?

Redes Sociales ☐

Televisión ☐

Prensa ☐

7. ¿Conoce usted la composición nutricional de las frutas: mora, frutilla, aguacate y durazno, que favorecen a la salud de los diabéticos?

SI ☐

NO ☐

8. ¿Cuál de estos nombres comerciales le gustaría para este negocio de helados?

a) Glucemia Ice Cream ☐

b) Tentación Light ☐

c) Stevia Ice Cream ☐

NOTA: Le recordamos que esta información será muy importante para ofrecer un helado de calidad, sano natural que contribuya al cuidado de su salud.

AGRADEZCO SU TIEMPO Y COLABORACIÓN..!

Anexo N° 2.- Descripción de los canales de comunicación

Tabla N° 129 Canales de Comunicación

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	MÉTO DO	PERSONA RESPONSA BLE	RECUR SOS	FRECUE NCIA PUBLICIT ARIA	PRESUPUE STO ANUAL
REDES SOCIALES	Internet	Gerente	Humanos Tecnológi cos Económic os	Siempre	\$ 30,00
PRENSA ESCRITA	Periódic os	Gerente	Humanos Tecnológi cos Económic os	Dos veces al año	\$ 80,00
DISEÑO DE UN PÁGINA WEB	Página web	Gerente	Humanos Tecnológi cos Económic os	Una sola vez	\$ 600,00
RADIO	Radio	Gerente	Humanos Tecnológi cos Económic os	Dos veces al año	\$ 80,00
VOLANTES	Afiches	Ayudante	Humanos Tecnológi cos Económic os	Siempre	\$ 150,00

BANNERS Y MICROPERFORADOS	Banner	Gerente	Humanos Tecnológicos Económicos	Una sola vez	\$ 70,00
FERIAS DE EMPRENDIMIENTO	Stand	Gerente	Humanos Tecnológicos Económicos	Cuatro Veces	\$ 30,00
TOTAL					\$ 1.040,00

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Tabla N° 130 Períodos de tiempo de la publicidad

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	ACONTECIMIENTO IMPORTANTE	PERIODO DE TIEMPO	HORARIOS	FRECUENCIA PUBLICITARIA
REDES SOCIALES	Todos los días del año	Enero-Diciembre	Mañana: 09:00 a 10:00 Medio Día: 12:00 a 13:00 Noche: 18:00 a 21:00	Siempre
TELEVISIÓN	Día de la Independencia de Ambato.	Noviembre	08:00 a 11:00	Una vez al año
PRENSA ESCRITA	Día de la Diabetes	Abril	Todo el días porque la impresión se	Dos veces al año

	Mundial. Día de la Independencia de Ambato	Noviembre	realiza en los período de renombre de la ciudad como es “El Heraldo”	
--	---	-----------	---	--

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Anexo N° 3.- 2.6 Normativa aplicables

NORMATIVA INEN 706:2005 HELADOS. REQUISITOS.

1. OBJETO

1.1 Esta norma establece los requisitos que deben cumplir los helados y las mezclas para helados.

2. ALCANCE

2.1 La presente norma se aplica a helados preenvasados o no, listos para el consumo y a los preparados, concentrados, y bases para la fabricación de helados. Esta norma también se aplica a la fracción de helado que entra en la composición de los productos especiales en combinación con otros alimentos tales como: frutas, preparados a base de harinas y otros.

3. DEFINICIONES

3.1.1 Helado. Producto alimenticio, higienizado, edulcorado, obtenido a partir de una emulsión de grasas y proteínas, con adición de otros ingredientes y aditivos permitidos en los códigos normativos vigentes.

3.1.2 Helado de fruta. Producto fabricado con agua potable o leche, adicionado con frutas o productos a base de fruta. Este helado se puede reforzar con colorantes y saborizantes permitidos.

3.1.3 Helado de bajo contenido calórico.

4.3 Designación

4.3.1 El helado debe designarse de acuerdo con la clasificación correspondiente del numeral. Ejemplos: Helado de crema de leche con mora;

4.3.2 En el caso de los productos de bajo contenido calórico se debe conservar el nombre del producto normal adicionado de la declaración, de acuerdo a lo establecido en los Códigos Normativos Vigentes.

5. DISPOSICIONES GENERALES

5.1 En la fabricación de helados se permiten los siguientes ingredientes:

5.1.1 Leche, constituyentes derivados de la leche y productos lácteos frescos, concentrados, deshidratados, fermentados, reconstituidos o recombinados.

5.1.2 Proteínas comestibles no lácteas.

- 5.1.3 Edulcorantes naturales y artificiales permitidos.
- 5.1.4 Agua potable.
- 5.1.5 Huevos y productos de huevo, pasteurizados o productos de huevo que hayan sido sometidos a un tratamiento térmico equivalente.
- 5.1.6 Frutas y productos a base de fruta.
- 5.1.7 Los ingredientes lácteos que se emplean en la reconstrucción de las mezclas para helados deben ser higienizados.
- 5.1.8 En la fabricación de helados de bajo contenido calórico el porcentaje de grasa, de azúcar, o de ambos puede ser reemplazado por sustitutos aprobados por la autoridad de salud competente, con el fin de mantener las características organolépticas lo más parecidas posible al helado normal correspondiente.
- 5.1.9 Las temperaturas de almacenamiento y transporte de las mezclas para helado se deben establecer de acuerdo con su proceso de higienización.

9. ROTULADO Y ENVASADO

9.1 Rotulado

- 9.1.1 Los productos de bajo contenido calórico deben declarar la reducción de calorías con respecto al producto normal correspondiente.
- 9.1.2 En el rótulo de los helados debe incluirse la frase, si se aplica, "Manténgase congelado".
- 9.1.3 No deben tener leyendas de significado ambiguo ni descripciones de características del producto que no puedan comprobarse debidamente.

9.2 ENVASADO

- 9.2.1 Los envases de los helados deben ser de material y forma tal que den al producto una adecuada protección durante el almacenamiento, transporte y expendio, y deben tener un cierre adecuado que impida la contaminación. (INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN., 2005).

REGLAMENTO SANITARIO DE ETIQUETADO DE ALIMENTO PROCESADOS PARA EL CONSUMO HUMANO.

Capítulo I

OBJETO, ALCANCE Y DEFINICIONES

Art. 1.- El presente Reglamento tiene como objeto regular y controlar el etiquetado de los alimentos procesados para el consumo humano.

Alimento. Es todo producto natural o artificial que ingerido aporta al organismo de los seres humanos o de los animales, los materiales y la energía necesarios para el desarrollo de los procesos biológicos.

Edulcorante no calórico.- Es toda sustancia natural o artificial utilizada para endulzar y que no provee energía.

Etiqueta (Rótulo).- Se entiende por rótulo cualquier, expresión, marca, imagen u otro material descriptivo o gráfico que se haya escrito, impreso al envase de un producto que lo identifica y caracteriza.

Etiquetado (Rotulado).-

Cualquier material escrito, impreso o gráfico que contiene el rótulo o etiqueta.

Etiquetado nutricional.-

Es toda descripción destinada a informar al consumidor sobre las propiedades nutricionales de un alimento que comprende: la declaración de nutrientes y la información nutricional.

Fabricante.Toda empresa u otra entidad del sector público o privado que se dedique al negocio o desempeñe la función.

Capítulo II

DEL ETIQUETADO DE LOS ALIMENTOS PROCESADOS

- a) Utilizar logos, certificaciones y/o sellos de asociaciones, sociedades, fundaciones, federaciones y de grupos colegiados, que estén relacionados a la calidad y composición del producto;
- b) Declarar que el producto cuenta con ingredientes o propiedades de las cuales carezca o atribuir un valor nutritivo superior o distinto al que se declare en el Registro Sanitario;
- c) Declarar propiedades nutricionales, incumpliendo los valores de referencia establecidos en las normas y reglamentos técnicos de etiquetado nutricional

ANEXO 1

Contenido de componentes y concentraciones permitidas del reglamento de etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano

1. Consideraciones nutricionales

Para determinar si el alimento procesado tiene contenido ALTO/MEDIO/BAJO de componentes indicados en el gráfico.

2. Características del sistema gráfico para contenido de componentes y concentraciones permitidas establecidas en la

Reglamento, incluyéndose la siguiente información:

- 1. Frase: “ALTO EN...” seguida del componente.
- 2. Frase: “MEDIO EN...” seguida del componente.
- 3. Frase: “BAJO EN...” seguida del componente.

El sistema gráfico debe respetar los porcentajes (%) de las proporciones indicadas en las siguientes gráficas. (Ministerio de Salud del Ecuador., 2013).



Gráfico N° 37 Sistema Gráfico de Rotulación Nutricional

Anexo N° 4 Perfil de la contadora externa

Tabla N° 131 Descripción del puesto del Contador/a

FICHA DECOMPETENCIAS LABORALES				
A	DATOS GENERALES			
	LUGAR:	Ambato	CÓDIGO:	1.1. 1. 10.02
	UNIDAD/PROCESO:	Proceso de Apoyo	FECHA:	30-11-2017
	PUESTO:	Contador General		
	SUPERVISADO POR:	Gerente		
B	NATURALEZA DEL PUESTO			
	Coordinar, registrar y aplicar los recursos financieros de la empresa, proporcionando información financiera, y contable a la dirección administrativa y a la gerencia, para la planeación, organización, presupuesto y toma de decisiones.			
C	FUNCIONES			
1	Planificar y coordinar todas las funciones relacionadas con el área contable y de impuestos a fin de obtener la consolidación de los Estados Financieros.			
2	Elaborar estados financieros anuales con información oportuna y verídica.			
3	Facilitar la documentación necesaria para las visitas INSITU (Organismos de Control)			
4	Presentar las obligaciones tributarias mensuales y anuales.			
5	Mantener en orden y actualizado el archivo de documentos contables.			

4	PROCEDIMIENTOS A EJECUTAR		
	a.	Conciliación de bancos.	
	b.	Registros contables	
	c.	Conciliación de las cuentas contables	
	d.	Presentación de los estados financieros	
	TAREAS O CRITERIOS DE DESEMPEÑO		
	a.	Realiza transferencias bancarias.	
	b.	Lleva el control bancario de los ingresos de la empresa que entran por caja.	
	c.	Corrige los registros contables	
	d.	Verifica la exactitud de los registros contables en el comprobante de diario procesado con el programa de contabilidad.	
5	COMPETENCIAS		
	a.	Técnicas o Aptitudinales	
	Tipo		Nivel
	a) Responsabilidad		Alto
	b) Integridad		Alto
	c) Honestidad		Alto
	e) Ética Profesional		Alto
	b.	Actitudinales o Psicopersonales	
	Tipo		Nivel
	a) Preocupación por el orden y la calidad		Medio
	b) Trabajo en equipo		Alto
	D	PERFIL DEL PUESTO	
1	EDUCACIÓN: Título Profesional		
	Ingeniero/a en Contabilidad CPA.		
2	FORMACIÓN:		
	Haber recibido actualizaciones de:		
	Los sistemas de contabilidad		
	Contabilidad computarizada		
	Tener conocimientos de:		

	Principios y prácticas de contabilidad	
	Cálculo de impuestos	
	Aplicación y desarrollo de sistemas contables, hojas de cálculo, EXCEL.	
	Leyes, reglamentos y decretos con el área de contabilidad	
3	EXPERIENCIA:	
	Tipo	Tiempo
	Manejo de Contabilidad General	1 año
	Manejo de Impuestos, presupuestos, tributación, gastos y costos	1 año
4	Edad Óptima	
	27 años	
Elaborado por:		Revisado por:
Paola Cevallos		Ing. Ibeth Molina
		Aprobado por:
		Ing. Ibeth Molina

Elaborado por: Cevallos, P. (2017).

Fuente: Investigación propia

Anexo N° 5 Ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada

Sección 1a.

De las Generalidades y Naturaleza Jurídica

Artículo 1.- Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.

Artículo 2.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados. La persona que constituya una empresa de esta clase no será responsable por las obligaciones de la misma, ni viceversa, salvo los casos que se mencionan a continuación, en que el gerente propietario responderá con su patrimonio personal por las correspondientes obligaciones de la empresa:

1. Si dispusiere en provecho propio de bienes o fondos de la empresa que no correspondan a utilidades líquidas y realizadas, según los correspondientes estados financieros;

2. Si la empresa desarrollare o hubiere desarrollado actividades prohibidas o ajenas a su objeto;

3. Si el dinero aportado al capital de la empresa no hubiere ingresado efectivamente en el patrimonio de ésta;

4. Cuando la quiebra de la empresa hubiere sido calificada por el juez como fraudulenta;

Artículo 3.- El principio de existencia de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada es la fecha de la inscripción del acto constitutivo en el Registro Mercantil de su domicilio principal.

Artículo 4.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada deberá siempre pertenecer a una sola persona y no podrá tenerse en copropiedad, salvo el caso de la sucesión por causa de muerte a que se refiere el artículo 37 de esta Ley.

La persona natural a quien pertenece una empresa unipersonal de responsabilidad limitada se llama "gerente-propietario".

Aunque tuviere formada sociedad conyugal al constituirse la empresa, el gerente-propietario o la gerente-propietaria se reputarán, respecto de terceros, esto es, con excepción de su cónyuge, como único dueño o dueña de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada.

No obstante, si el matrimonio se disuelve por cualquier razón durante la existencia de la empresa, su patrimonio deberá ser tomado en cuenta para el cálculo de los respectivos gananciales, y el cónyuge que no hubiere sido el gerente-propietario, o sus herederos, adquirirán un crédito contra la empresa por los gananciales de aquel, que deberá pagarse en el plazo de un año después de la disolución de la sociedad conyugal.

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada que se constituyere antes del matrimonio, no formará parte de la respectiva sociedad conyugal posterior, ni en todo ni en parte, salvo que expresamente se lo hubiere incorporado en el haber de la sociedad conyugal, mediante capitulaciones matrimoniales.

Artículo 6.- Una misma persona natural puede constituir varias empresas unipersonales de responsabilidad limitada, siempre que el objeto empresarial de cada una de ellas fuere distinto y que sus denominaciones no provoquen confusiones entre sí.

Artículo 7.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, tiene siempre carácter mercantil cualquiera que sea su objeto empresarial, considerando como comerciante a su gerente propietario.

Sección 2a.

De la Denominación

Artículo 8.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá ser designada con una denominación específica que la identifique como tal.

La antedicha denominación específica deberá estar integrada, por lo menos, por el nombre y/o iniciales del gerente-propietario, al que en todo caso se agregará la expresión "Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada" o sus iniciales E.U.R.L. Dicha denominación podrá contener, además, la mención del género de la actividad económica de la empresa.

Por nombre del "gerente-propietario" se entiende sus nombres y apellidos completos, o simplemente su primer nombre y su apellido paterno.

Sección 3a.

De la Nacionalidad y Domicilio

Artículo 13.- Toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada, que se constituya y se inscriba en el Ecuador tendrá la nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal deberá estar ubicado en un cantón del territorio nacional, pudiendo operar ocasional o habitualmente en cualquier otro lugar de la República o fuera de ella.

Sección 4a.

Del Objeto

Artículo 15.- El objeto de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es la actividad económica organizada a que se deba dedicar, según el acto de su constitución.

Tal objeto comprenderá exclusivamente, una sola actividad empresarial.

Artículo 16.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no podrá realizar ninguna de las siguientes actividades:

- a) Bancarias;
- b) De seguros;
- c) De capitalización y ahorro;
- d) De mutualismo;

- e) De cambio de moneda extranjera;
- f) De mandato e intermediación financiera;
- g) De emisión de tarjetas de crédito de circulación general;
- h) De emisión de cheques viajeros;
- i) De financiación o de compra de cartera;

Artículo 17.- El objeto de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá ser concretado en forma clara y precisa en el acto constitutivo de la misma.

Sección 5a.

Del Plazo

Artículo 19.- Toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá constituirse por un plazo determinado.

Dicho plazo deberá constar en el acto constitutivo en forma expresa y de manera clara.

Una vez vencido el plazo de duración de la empresa, ésta deberá disolverse y liquidarse, a no ser que con anterioridad se hubiere otorgado ya la correspondiente escritura pública que contuviere la prórroga respectiva; pero, si dicha escritura no se inscribiere en el

Registro Mercantil dentro de los doce meses posteriores a su otorgamiento, la empresa deberá necesariamente liquidarse sin más dilación.

Sección 6a.

Del Capital

Artículo 20.- El capital inicial de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará constituido por el monto total del dinero que el gerente-propietario hubiere destinado para la actividad de la misma, según el artículo 1 de esta Ley.

Dicho capital deberá fijarse en el acto constitutivo de manera clara y precisa, y en moneda de curso legal.

Para conformar el capital antedicho sólo podrá aportarse efectivo o numerario.

Dicho capital podrá aumentarse o disminuirse de conformidad con esta Ley.

El capital a que se refiere este artículo, es decir el inicial, el aumentado o el disminuido, se llama "capital empresarial" o "capital asignado".

Artículo 21.- El capital asignado a la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no podrá ser inferior al producto de la multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general, por diez.

Si en cualquier momento de su existencia la empresa resultare tener un capital asignado inferior al mínimo antedicho, en función de la remuneración básica unificada que entonces se hallare vigente, el gerente-propietario deberá proceder a aumentar dicho capital dentro del plazo de seis meses. Si dentro de este plazo la correspondiente escritura pública de aumento de capital asignado no se hubiere inscrito en el Registro Mercantil, la empresa entrará inmediatamente en liquidación.

Artículo 22.- El capital empresarial podrá aumentarse por cualquiera de los siguientes medios:

1. Por nuevo aporte en dinero del gerente-propietario; y,
2. Por capitalización de las reservas o de las utilidades de la empresa.

Artículo 29.- En la constitución de la empresa el gerente propietario hará su aporte en dinero, mediante depósito en una cuenta especial de la empresa en formación, la misma que será abierta en un banco bajo la designación especial de "Cuenta de Integración de Capital" de la empresa respectiva. El banco conferirá un certificado que acredite el depósito antedicho, el mismo que deberá agregarse como documento habilitante a la escritura pública que contenga el respectivo acto constitutivo.

Sección 7a.

De la Constitución, Aprobación e Inscripción

Artículo 30.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se constituirá mediante escritura pública otorgada por el gerente propietario, que contendrá:

1. El nombre, apellidos, nacionalidad, domicilio y estado civil del gerente-propietario;
2. La denominación específica de la empresa;
3. El domicilio fijado como sede de la empresa y las sucursales que la misma tuviere;
4. El objeto a que se dedicará la empresa;

5. El plazo de duración de la misma;

6. El monto del capital asignado a la empresa por el gerente propietario, de conformidad con el artículo 1 de esta Ley;

7. La determinación del aporte del gerente-propietario;

Si el gerente-propietario o la gerente-propietaria tuvieran formada sociedad conyugal, la escritura de constitución de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada será otorgada también por su cónyuge o conviviente, a fin de que en el mismo deje constancia de su consentimiento respecto de dicha constitución.

La relación entre el gerente-propietario y la empresa no tendrá carácter laboral, por lo que dicha relación y la asignación mensual anteriormente mencionada no estarán sujetas al Código del Trabajo ni a la Ley del Seguro Social Obligatorio.

Artículo 31.- Otorgada la escritura pública de constitución de la empresa, el gerente-propietario se dirigirá a uno de los jueces de lo civil del domicilio principal de la misma, solicitando su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil de dicho domicilio.

La solicitud se someterá al correspondiente sorteo legal.

Si se hubiere cumplido todos los requisitos legales, el juez ordenará la publicación por una sola vez de un extracto de la escritura antedicha en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la empresa.

Artículo 37.- En caso de muerte del gerente-propietario, la empresa pasará a pertenecer a sus sucesores, según la ley o el testamento respectivo.

Sección 8a.

De la Administración y de la Representación Legal Artículo

Artículo 38.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, será administrada por su gerente-propietario, quien a su vez, será su representante legal.

Artículo 41.- El gerente-propietario podrá también encargar o delegar, mediante el otorgamiento del correspondiente poder especial, una o más de las facultades administrativas y representativas que tuviere, sin necesidad del cumplimiento de las formalidades y procedimientos señalados en el artículo anterior.

Sección 9a

De la Contabilidad y de los Resultados

Artículo 46.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá llevar su contabilidad de conformidad con la ley y reglamentos respectivos en la forma que más se adecue al giro de sus negocios.

Artículo 47.- Anualmente, dentro de los noventa días posteriores a la terminación de cada ejercicio económico, la empresa deberá cerrar sus cuentas y preparar su balance general y su cuenta de pérdidas y ganancias, siguiendo las normas establecidas en la Ley de Compañías y en los reglamentos correspondientes expedidos por la Superintendencia de Compañías, en cuanto fueren aplicables.

Artículo 48.- De las resoluciones que anualmente tomare el gerente-propietario frente a los resultados económicos del año anterior se deberá dejar constancia en acta fechada y firmada por dicho gerente-propietario y por el contador de la empresa, dentro del primer trimestre del calendario.

Sección 10a

De la Disolución y la Liquidación

Artículo 54.- El gerente-propietario de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada o sus sucesores, podrán declarar disuelta voluntariamente la empresa en cualquier tiempo y proceder luego a su liquidación. La resolución del gerente-propietario de disolver voluntariamente la empresa, deberá constar por escritura pública y someterse al trámite previsto en la ley.

Artículo 55.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se disolverá forzosamente en los siguientes casos:

1. Por cumplimiento del plazo de su duración; auto de quiebra legalmente ejecutoriado; y, por traslado de su domicilio a país extranjero;
2. Por la conclusión de la actividad para la que se constituyó o la imposibilidad manifiesta de cumplir el objeto empresarial;

Artículo 60.- Una vez inscrita la disolución voluntaria o forzosa de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, la misma se pondrá necesariamente en liquidación. Durante el proceso de su liquidación, a la denominación de la empresa se le agregarán las palabras "en liquidación". Quien quiera que fuere el encargado de la liquidación se llamará "liquidador".

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- Las compañías conformadas como unipersonales, podrán afiliarse al respectivo gremio y/o cámara, según su rama de actividad.

SEGUNDA.- Las constituciones de las empresas unipersonales de responsabilidad limitada, los aumentos o disminuciones de sus capitales, los cambios de sus domicilios, objetos o denominaciones, o cualquier otra reforma o modificación posterior de sus actos constitutivos, no causarán impuesto ni contribución ni carga tributaria alguno; ni fiscal, ni provincial, ni municipal ni especial

DISPOSICION FINAL La presente Ley entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial. Dada, en la ciudad de San Francisco de Quito, Distrito Metropolitano, en la Sala de Sesiones del Congreso Nacional, a los diecisiete días del mes de enero del año dos mil seis. (Corporación de Estudios y Publicaciones., 2007, págs. 2-17)

Anexo N° 6 Condiciones del crédito



BANCO DEL PACÍFICO

CONDICIONES Y COSTO TOTAL DEL CRÉDITO (Simulación de Crédito)

Los resultados de la simulación así como los valores que están consignados en esta Hoja de Condiciones y Costo Total del crédito, son de carácter informativo y NO constituyen una pre-aprobación del crédito. No conlleva responsabilidad alguna del Banco del Pacífico S.A. para la entrega de recursos sobre esta simulación.

NOMBRE INSTITUCIÓN FINANCIERA:		BANCO DEL PACIFICO S.A.	
SEGMENTO DE CRÉDITO:		COMERCIAL <input checked="" type="checkbox"/> CONSUMO <input type="checkbox"/> VIVIENDA <input type="checkbox"/>	
TIPO DE TASA:	FIJA <input type="checkbox"/> VARIABLE <input checked="" type="checkbox"/>	TASA DE INTERÉS NOMINAL DEL CRÉDITO: 11,23	TASA DE INTERÉS EFECTIVA 11,83
TIPO DE TABLAS DE AMORTIZACIÓN:	FRANCESA <input type="checkbox"/> ALEMÁNA <input checked="" type="checkbox"/>	PLAZO DE PAGO DEL	60 meses
PERIODICIDAD DE PAGO:	30	TASA ANUAL DEL COSTO DEL CRÉDITO:	11,83

MONTO FINANCIADOS

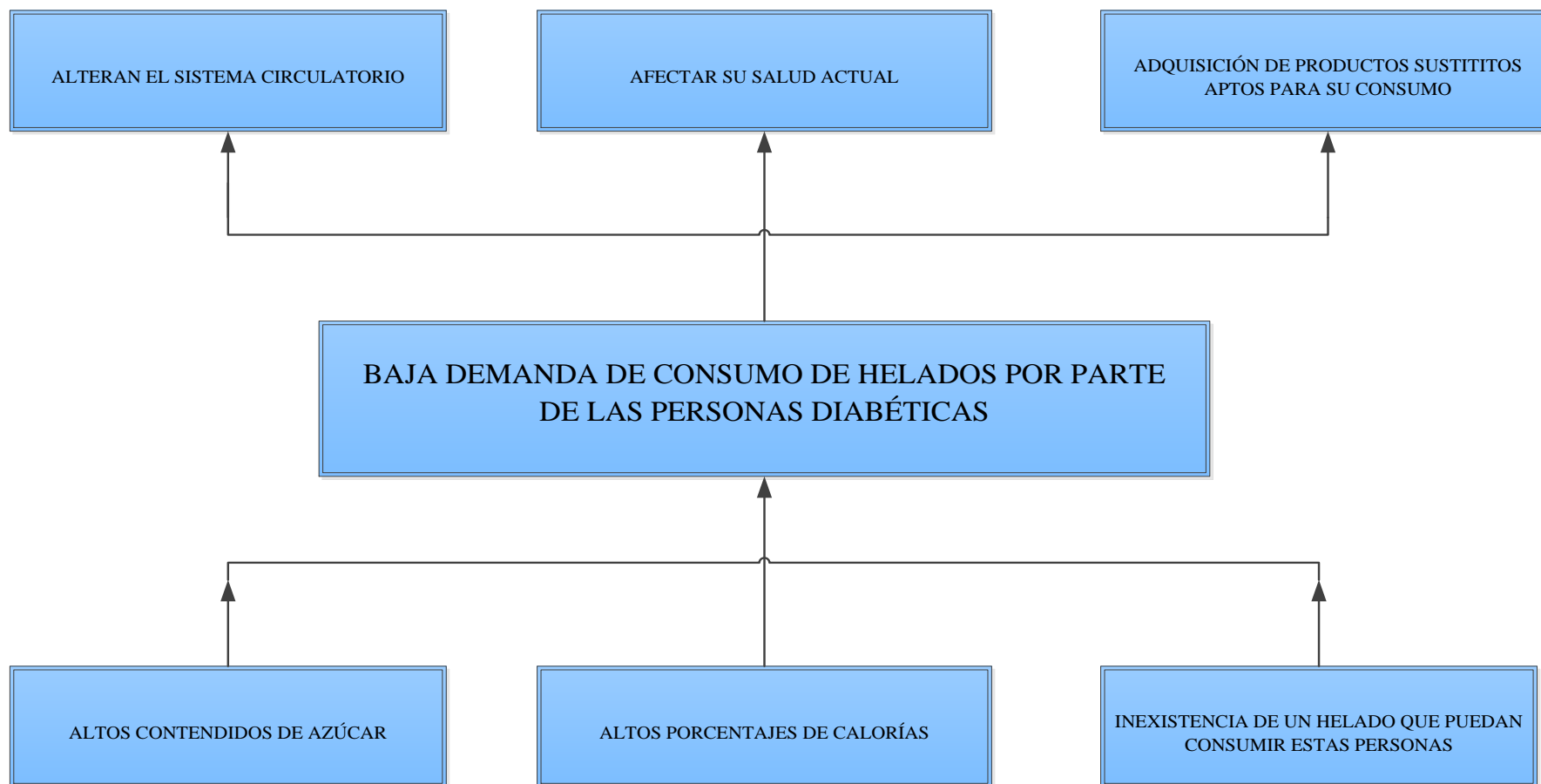
CONCEPTO	VALORES	EXPLICACIÓN
MONTO DEL CAPITAL SOLICITADO	10000,00	VALOR DEL CRÉDITO SOLICITADO POR EL CLIENTE
CONTRIBUCIÓN SOLCA	50,00	VALOR QUE SE DESCUENTA POR CONTRIBUCIÓN SOLCA
MONTO LÍQUIDO	10000,00	VALOR QUE EL CLIENTE RECIBE AL MOMENTO DEL OTORGAMIENTO DEL CRÉDITO
CUOTA ASOCIADA AL PAGO DEL CRÉDITO	260,27	
RELACION ENTRE EL VALOR TOTAL Y EL MONTO DEL CAPITAL SOLICITADO	1,29	
VALOR TOTAL A PAGAR POR EL CRÉDITO (SUMA DE CUOTAS)	12854,80	SUMATORIA DE LAS CUOTAS DEL CRÉDITO SEGÚN TABLA DE AMORTIZACIÓN.
CARGA FINANCIERA (VALOR TOTAL DE LOS INTERESES)	2854,80	MONTO QUE RESULTA DE LA DIFERENCIA ENTRE LA SUMATORIA DE LAS CUOTAS DEL CRÉDITO Y EL MONTO LÍQUIDO
VALOR TOTAL A CANCELAR POR EL CRÉDITO	12854,80	VALOR REFERENCIAL EN RELACIÓN CON EL QUE EL CLIENTE CANCELARÁ AL FINALIZAR EL PLAZO CONCEDIDO, INCLUYENDO TODOS LOS RUBROS FINANCIEROS Y COSTOS Y GASTOS ASOCIADOS AL PRÉSTAMO
FORMA DE REAJUSTE	6,23	PUNTOS PORCENTUALES SOBRE TASA REFERENCIAL FIJADA POR EL BANCO CENTRAL
FRECUENCIA DE REAJUSTE	90,00	PERIODO EN EL CUAL SE REALIZARÁ EL REAJUSTE

Anexo N° 7.- Amortización

Tabla N° 132 Amortización

Cuota	Fecha	Capital inicial	Amortización mensual de capital	Interés mensual	Total cuota financiera	Saldo Capital
1	11/01/2017	\$10.000,00	\$166,67	\$93,60	\$260,27	\$9.833,33
2	10/02/2017	\$9.833,33	\$166,67	\$92,10	\$258,77	\$9.666,66
3	12/03/2017	\$9.666,66	\$166,67	\$90,60	\$257,27	\$9.499,99
4	11/04/2017	\$9.499,99	\$166,67	\$88,80	\$255,47	\$9.333,32
5	11/05/2017	\$9.333,32	\$166,67	\$87,30	\$253,97	\$9.166,65
6	10/06/2017	\$9.166,65	\$166,67	\$85,80	\$252,47	\$8.999,98
7	10/07/2017	\$8.999,98	\$166,67	\$84,30	\$250,97	\$8.833,31
8	09/08/2017	\$8.833,31	\$166,67	\$82,80	\$249,47	\$8.666,64
9	08/09/2017	\$8.666,64	\$166,67	\$81,00	\$247,67	\$8.499,97
10	08/10/2017	\$8.499,97	\$166,67	\$79,50	\$246,17	\$8.333,30
11	07/11/2017	\$8.333,30	\$166,67	\$78,00	\$244,67	\$8.166,63
12	07/12/2017	\$8.166,63	\$166,67	\$76,50	\$243,17	\$7.999,96
13	06/01/2018	\$7.999,96	\$166,67	\$75,00	\$241,67	\$7.833,29
14	05/02/2018	\$7.833,29	\$166,67	\$73,20	\$239,87	\$7.666,62
15	07/03/2018	\$7.666,62	\$166,67	\$71,70	\$238,37	\$7.499,95
16	06/04/2018	\$7.499,95	\$166,67	\$70,20	\$236,87	\$7.333,28
17	06/05/2018	\$7.333,28	\$166,67	\$68,70	\$235,37	\$7.166,61
18	05/06/2018	\$7.166,61	\$166,67	\$67,20	\$233,87	\$6.999,94
19	05/07/2018	\$6.999,94	\$166,67	\$65,40	\$232,07	\$6.833,27
20	04/08/2018	\$6.833,27	\$166,67	\$63,90	\$230,57	\$6.666,60
21	03/09/2018	\$6.666,60	\$166,67	\$62,40	\$229,07	\$6.499,93
22	03/10/2018	\$6.499,93	\$166,67	\$60,90	\$227,57	\$6.333,26
23	02/11/2018	\$6.333,26	\$166,67	\$59,40	\$226,07	\$6.166,59
24	02/12/2018	\$6.166,59	\$166,67	\$57,60	\$224,27	\$5.999,92
25	01/01/2019	\$5.999,92	\$166,67	\$56,10	\$222,77	\$5.833,25
26	31/01/2019	\$5.833,25	\$166,67	\$54,60	\$221,27	\$5.666,58
27	02/03/2019	\$5.666,58	\$166,67	\$53,10	\$219,77	\$5.499,91
28	01/04/2019	\$5.499,91	\$166,67	\$51,60	\$218,27	\$5.333,24
29	01/05/2019	\$5.333,24	\$166,67	\$49,80	\$216,47	\$5.166,57
30	31/05/2019	\$5.166,57	\$166,67	\$48,30	\$214,97	\$4.999,90

31	30/06/2019	\$4.999,90	\$166,67	\$46,80	\$213,47	\$4.833,23
32	30/07/2019	\$4.833,23	\$166,67	\$45,30	\$211,97	\$4.666,56
33	29/08/2019	\$4.666,56	\$166,67	\$43,80	\$210,47	\$4.499,89
34	28/09/2019	\$4.499,89	\$166,67	\$42,00	\$208,67	\$4.333,22
35	28/10/2019	\$4.333,22	\$166,67	\$40,50	\$207,17	\$4.166,55
36	27/11/2019	\$4.166,55	\$166,67	\$39,00	\$205,67	\$3.999,88
37	27/12/2019	\$3.999,88	\$166,67	\$37,50	\$204,17	\$3.833,21
38	26/01/2020	\$3.833,21	\$166,67	\$36,00	\$202,67	\$3.666,54
39	25/02/2020	\$3.666,54	\$166,67	\$34,20	\$200,87	\$3.499,87
40	26/03/2020	\$3.499,87	\$166,67	\$32,70	\$199,37	\$3.333,20
41	25/04/2020	\$3.333,20	\$166,67	\$31,20	\$197,87	\$3.166,53
42	25/05/2020	\$3.166,53	\$166,67	\$29,70	\$196,37	\$2.999,86
43	24/06/2020	\$2.999,86	\$166,67	\$28,20	\$194,87	\$2.833,19
44	24/07/2020	\$2.833,19	\$166,67	\$26,40	\$193,07	\$2.666,52
45	23/08/2020	\$2.666,52	\$166,67	\$24,90	\$191,57	\$2.499,85
46	22/09/2020	\$2.499,85	\$166,67	\$23,40	\$190,07	\$2.333,18
47	22/10/2020	\$2.333,18	\$166,67	\$21,90	\$188,57	\$2.166,51
48	21/11/2020	\$2.166,51	\$166,67	\$20,40	\$187,07	\$1.999,84
49	21/12/2020	\$1.999,84	\$166,67	\$18,60	\$185,27	\$1.833,17
50	20/01/2021	\$1.833,17	\$166,67	\$17,10	\$183,77	\$1.666,50
51	19/02/2021	\$1.666,50	\$166,67	\$15,60	\$182,27	\$1.499,83
52	21/03/2021	\$1.499,83	\$166,67	\$14,10	\$180,77	\$1.333,16
53	20/04/2021	\$1.333,16	\$166,67	\$12,60	\$179,27	\$1.166,49
54	20/05/2021	\$1.166,49	\$166,67	\$10,80	\$177,47	\$999,82
55	19/06/2021	\$999,82	\$166,67	\$9,30	\$175,97	\$833,15
56	19/07/2021	\$833,15	\$166,67	\$7,80	\$174,47	\$666,48
57	18/08/2021	\$666,48	\$166,67	\$6,30	\$172,97	\$499,81
58	17/09/2021	\$499,81	\$166,67	\$4,80	\$171,47	\$333,14
59	17/10/2021	\$333,14	\$166,67	\$3,00	\$169,67	\$166,47
60	16/11/2021	\$166,47	\$166,47	\$1,50	\$167,97	\$0,00
TOTAL			10.000,00	2.854,80	12.854,80	



Anexo N° 7 Árbol de problemas
Gráfico N° 38 Árbol de Problemas
Elaborado por: Cevallos, P. (2017)..